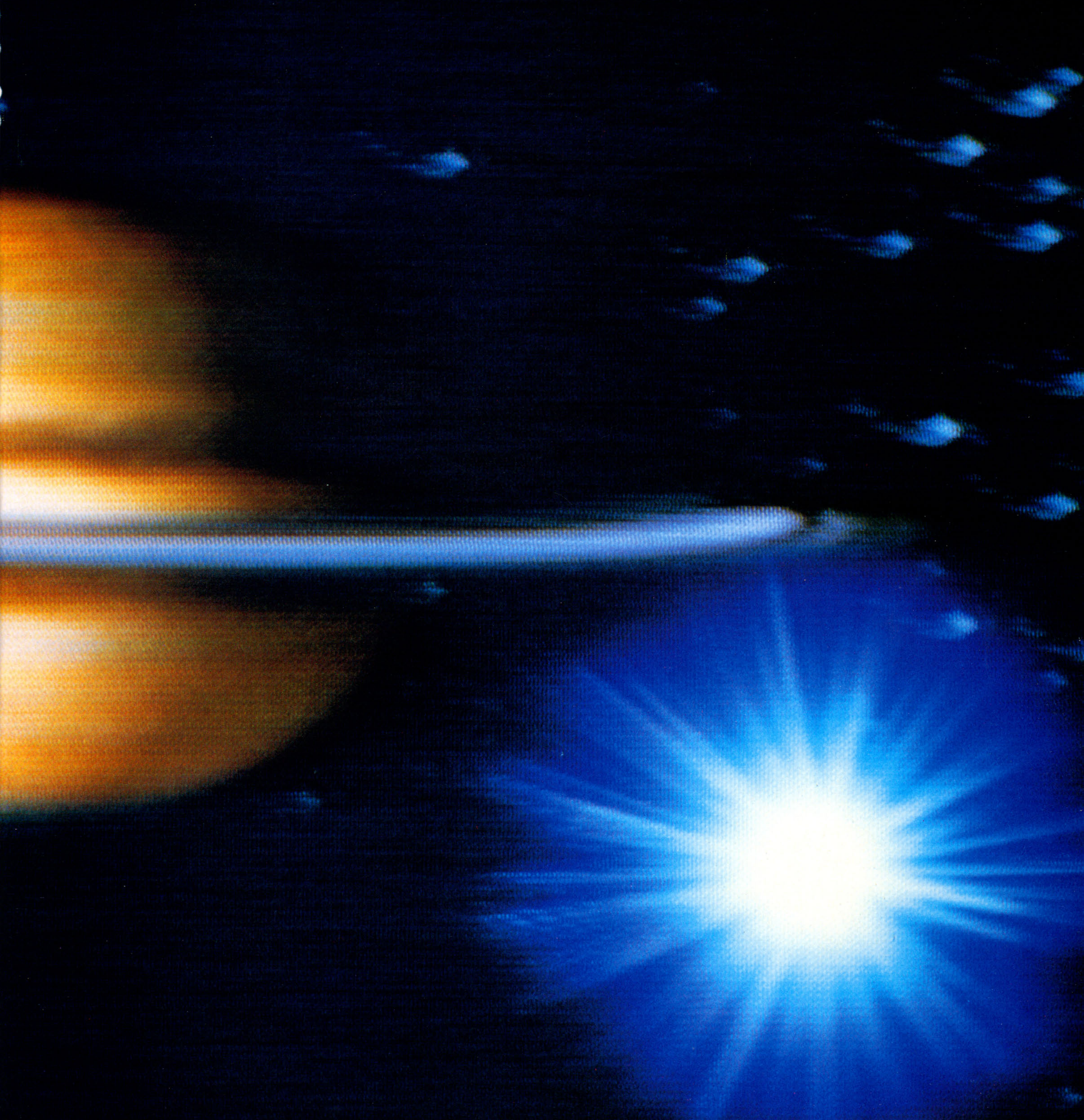
月刊コインジャーナル１月号(昭和56年11月24日第３種郵便物認可 第８巻第１号 通巻81号)昭和58年１月20 毎月１回20日発行 定価1,200円

月刊コインジャーナル
The Coin Op. Journal

1
1983

中央産業株式会社
名古屋市瑞穂区瑞穂通7丁目22番地
電話 名古屋 851－9291 代表

空想無限



Konami®

コナミ株式会社

本社

〒130 東京都墨田区石原2丁目4番8号
TEL. 03-623-8701（代）

大阪営業所

〒561 大阪府豊中市庄内栄町5丁目8番11号
TEL. 06-331-2211（代）

ゲーム環境の活性化がプレイヤーをトリコにした。
テーカン・オリジナルキャビネット〈ラバ・カラー〉の魅力!!

明るいムードで売上げアップ！

イメージへの挑戦

《カラー・テーブル》《ラバ・カラー》誕生！
筐体組み込みOK！

《テーカン・ラバ》は、いすに坐りながらラクな姿勢でゲームが楽しめます。立ちっぱなしのアップライトと背を曲げて坐るテーブルタイプとの中間タイプ。人間工学にもとづく快適設計ですからプレイヤーは疲れません。それだけ、ゲームの意欲をそそりますので、滞留時間も長くなり、売上げに寄与してくれるという訳です。
《テーカン・ラバ》は、ホワイト&モスグリーン仕上げのカラーキャビネット。ディスプレイ効果が上がり、お店の雰囲気もグーンとアップします。そのうえ、合理的なロケーションレイアウトに最適。これまで弱点とされていた壁ぎわやデッドスペースも有効に生かせます。

●ラバ・カラータイプ
《仕様》 W600/D650/H1100〜1250%(調整可能)
18インチカラーモニター(縦横可能)
操作変更柄付きAC100V

●18インチカラー・テーブルタイプ
《仕様》 W830/D520/H600〜700%(調整可能)
18インチ/AC100V

●ミニ・ラバタイプ
《仕様》
W484/D590/H1200
〜1300%(調整可能)
18インチ AC100V

ラバはテーカンのオリジナル商品名です

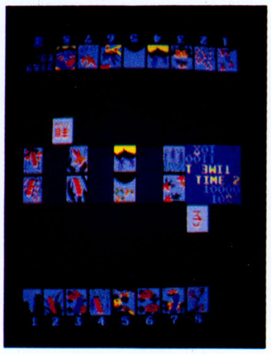
Research and development guarantees your future success.
TEHKAN 株式会社テーカン
販売本部／〒101 東京都千代田区神田東松下町41番地 TEL(03)256-0371(代)

Sato

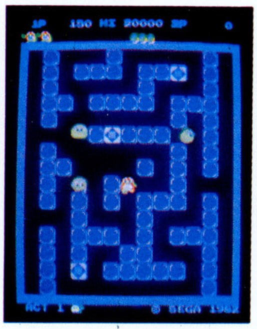
いい機械(モノ)を見る目、
もっていますか？

このほかあらゆる種類のマシンを
取り揃えております。

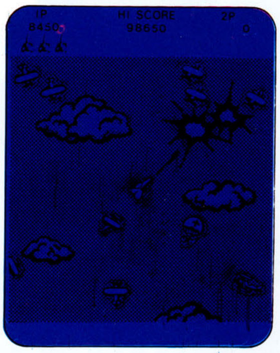
ギャラガ



コイコイ



ペンゴ



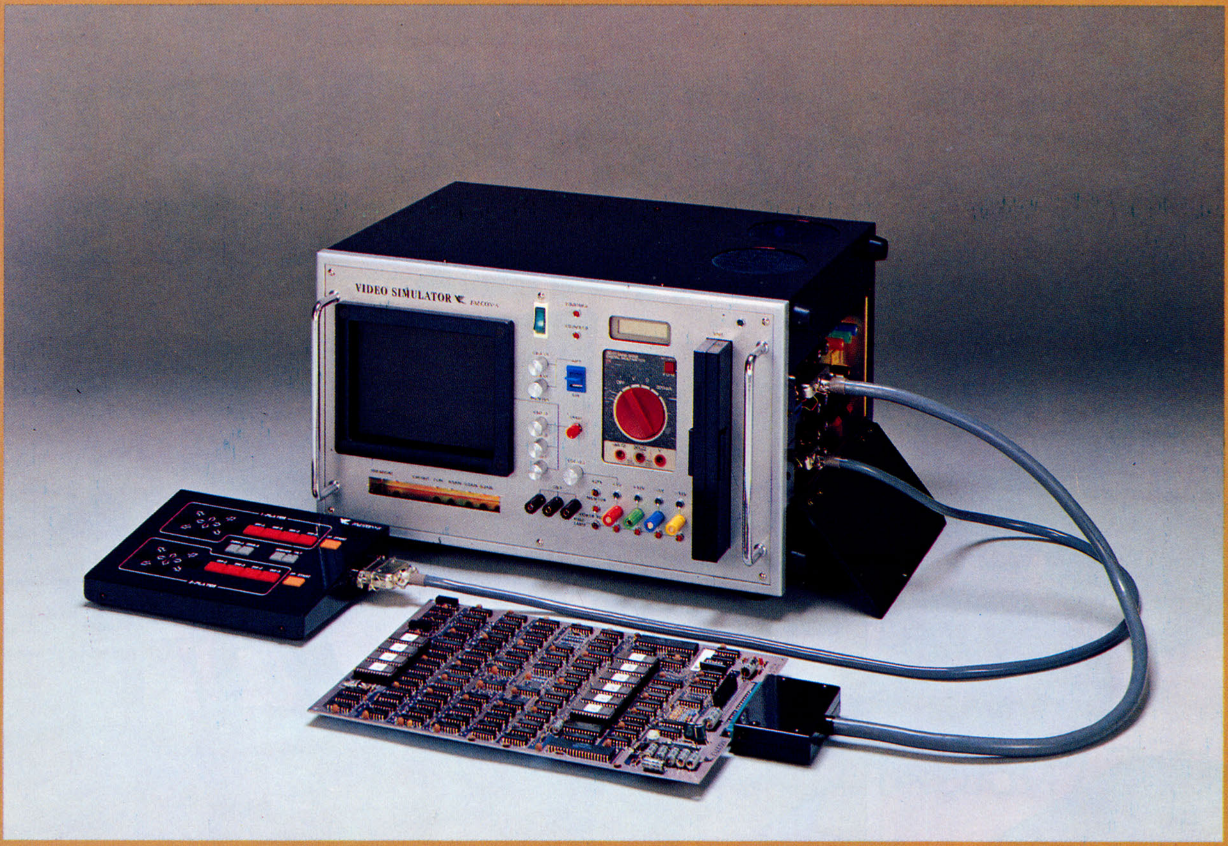
タイムパイロット

各種娯楽器卸・販売

Sato ㈲サトー商事

〒533
大阪市東淀川区西淡路1—15—15
TEL06（324）0051㈹

THE FALCON-8™
Video Simulator



あらゆるビデオゲームに対応

作業性を抜群にUP!!

■ファルコン-8™は、全てが収められたポータブルユニバーサル・テストシュミレーターで、どんなビデオGAME、PCBも簡単にチェックできる様に設計されています。

■カートリッジインターフェイスの交換により、全てのGAME、PCBの画像、音声、スイッチ操作をシュミレートします。

■ファルコン-8™でGAMEも充分楽しめます。又、試作基板の動作チェックやエージングに、そしてフィールドでの修理にと幅広い使用ができます。

■マルチデジタルテスターを内蔵していますので、電源電圧の調整や各部の導通チェック、電流チェックができます。又、外部モニター端子、外部スピーカー端子や、GAME、PCBにAMPを持たないものでも、ファルコン-8™内蔵のステレオAMPで音を出すことができます。

■用途

- PCB調整ラインでの使用
- PCBの受け入れチェック
- フィールドや、社内での修理
- PCBのエージング
- NEW　PCBのデモンストレーション

■特徴

- カラーモニター内蔵
- ユニバーサルPOWER、SUPPLY、+5V(6A)、−5V(0.5A)、+12V(2A)、−12V(1A)
- オーディオ、ステレオAMP内蔵(5W+5W)4Ω
- ヒューズ切れ検知ランプ
- 電圧モニターランプ
- デジタルマルチテスター
- 電圧調整ボリューム
- コインメーターチェックランプ(2系統)
- 外部モニター使用端子
- 外部スピーカー使用端子(スイッチで切換)

ファルコン

〒168 東京都杉並区高井戸西1−2−4
TEL (03) 331−7111

UNION MESSAGE

あゝ、感激！

低価格、その上18インチで高品質！

大好評、絶賛発売中。

数多くの皆さまの強いご要望が、今、ここに実りました。

その他、数々の特徴を備えた最新筐体!!

天板ガラスをとらなくてもエスカッションは縦横自在。

遊び方シールも天板ガラスをとらずに差替えできます。

ステー金具は縦横兼用

基板スペースは大きな基板に合わせて広〜くとりました

モニターは18インチカラーの鮮彩東映無線を使用

電源（スイッチング）は5V－7Aの大容量！

カウンターはコインボックスの中。暗くてもよく見える灯り（電球）付きです。

ポーカーが大変身！

GからAへの大変身です。
操作パネルと基板のセットで、あっ！という間に対局マージャンに早変わり。
もう、ポーカーの時代は終わりました。早速、遊んでいるポーカーの台を生かして下さい。

新発売 対局 ゴールデン麻雀

ポパイ 任天堂レジャーシステム

Wiping（ワイピング） Nichibutsu 日本物産株式会社

コイン投入と同時にランプが点滅。当りが出ると1クレジット追加します。配当切換はディップスイッチで7段階に選べます。
特徴は、スピーカーを既存のものが利用でき、カウンターもオプションで付けられます。

新発売 チャンスボード

只今、当社では、オリジナルゲーム及び、新システムの商品開発等を行っております。近い将来においては、きっと皆様方のお役にたてると信じております。また、オペレーターの方々には、より良い商品をより早く、より低価格で、ご提供しておりますので、今後とも一層のお引立ての程、ひとえにお願い申し上げます。

株式会社ユニオン 東京都新宿区西新宿3の8の13 ダイトウビル TEL 03(320)9191 〒160
株式会社大阪ユニオン 大阪市城東区中央1の12の17 第2坂本ビル TEL06(934)5697

UNION MESSAGE

全国一斉!!

予告

近日発売予定!

新春に贈る
新製品、二機種。
息の永い麻雀ニューゲーム。
スリルあふれるコミカルニューゲーム。

三人 中
マージャン

●テレビゲームの麻雀が一段と本物に近くなって登場!!
●この三人マージャンは対戦相手が二人にふえて、より難しく、より面白くなりました。
●ジャンピューターを越える新しい麻雀ゲームの出現です。

東 東 東 南 南 南 西 西 西 北 北 北 中

Nichibutsu
日本物産株式会社

三人マージャン
ラジカルラジアル

関東発売元

株式会社ユニオン
東京都新宿区西新宿3の8の13 ダイトウビル
TEL 03(320)9191 〒160

株式会社大阪ユニオン
大阪市城東区中央1の12の17
第2坂本ビルTEL06(934)5697

月刊コインジャーナル
JANUARY 1983

目次

技術革新でビデオゲームの前途は明るい……12
直撃インタビュー／アタリ社長ジョン・S・ファランド氏

焦点／「ナムコ・サンリオランド」の出現でSCオペレーターを直撃か……18

望まれる会長像とは／業界活性化のために……21

ニッポン・アメリカ村開拓の項……27

繁華街ゲーム場の転換期？……32

揺れ動くスペイン市場／サダ'82の印象……39

は多様化の時代!!
強力ラインアップ
ピアマシンの特性
力化を実現した夢のマシーン← ダニーボーイスペシャル
させたベストインカムの決定版← ダニーボーイ

ダニーボーイ号

ダニーボーイスペシャル号

ブコ株式会社
渋谷区渋谷１丁目5-6 ☎03-498-1123
淀川区西中島４丁目5-20 ☎06-304-0105

総代理店
千里遊機株式会社
〒533 大阪市東淀川区東中島１丁目20番４号
TEL 06－325－5041㈹

海外情報／東から西から 19 ……51

技術の広場 25 ……59

遊園地の文化史 13 遊園地と遊戯機械施設の誕生と発展……67

用語について／当業風思考演習ノート 21 ……87

年末年始ロケーション別業況……91

英字版ダイジェスト……123

TVゲームのオリジナリティ法的認定へ前進か —セガ社、コピー問題で勝訴—……81

遊び歳時記……82

新製品紹介……96

売ります買います……98

業界通信／掲示板……100

年賀名札挨拶……103

わが社のマドモアゼル……118

●本社ショールーム

あらゆる電子部品の需要に、迅速・信頼で応えます。

電子部品のオールラウンダーを自認する加賀電子は、ありとあらゆる部品を取り扱い、セットメーカーの需要に応えています。また単に電子部品の販売、供給のみにとどまらず新製品の紹介や、新製品の開発依頼などユーザーと部品メーカーとの間の情報伝達の円滑化にも努め、迅速で信頼に応える営業活動を行っています。

主な取扱品

- ●CRTディスプレイ KZ-06E・08E・10E・12E・14E・16E・18E・20E・26E
- ●スイッチングレギュレータ
- ●ファンモーター
- ●LSI
- ●デジタルカウンタ
- ●レバーアッセイ
- ●トランジスタ
- ●ダイオード
- ●サイリスタ
- ●バリスタ
- ●サーミスタ
- ●フォトカプラ
- ●発光ダイオード
- ●抵抗器
- ●コンデンサ
- ●コイル
- ●フィルター
- ●トランス
- ●水晶振動子
- ●可変抵抗器
- ●半固定抵抗器
- ●可変コンデンサ
- ●スピーカー
- ●スイッチ
- ●リレー
- ●コネクタ
- ●プラグ
- ●ジャック
- ●ソケット

Kaga DenSHI

加賀電子株式会社

本 社 東京都文京区湯島3—14—2
〒113 TEL(836) 5511(代表)
TELEX(265)5459 KAGATK—J
FAX(836) 5530

多摩営業所 〒181東京都三鷹市下連雀1-14-16 ☎0422-48-7111(代表)
北関東営業所 〒330埼玉県大宮市宮原町3-226-3 ☎0486-67-3321(代表)
京浜営業所 〒146東京都大田区下丸子1—3—8 ☎ 03-750-6111(代表)
京葉営業所 〒124東京都葛飾区奥戸4—25—15 ☎ 03-696-5101(代表)
西東京営業所 〒192東京都八王子市宇津木町664-2 ☎0426-46-1011(代表)
横浜営業所 〒194東京都町田市鶴間1—18—19 ☎0427-96-7121(代表)
谷原営業所 〒176東京都練馬区土支田1-31-11 ☎ 03-977-7011(代表)
北陸営業所 〒921石川県金沢市東力(ニ)180 ☎0762-91-7511(代表)
U.S.A. 420 EAST, ALSTER AVENUE, ARCADIA. CA. 91006, U.S.A. TEL.213-681-8467
U.S.A. EAST COAST OFFICE:TEL.203-549-6229 WEST COAST OFFICE:TEL.213-357-9991

●資料・カタログを近くの営業所へご請求のうえ、是非ご検討ください。

月刊コインジャーナル

中央産業株式会社
名古屋市瑞穂区瑞穂通7丁目22番地
電話 名古屋 851－9291代表

表紙によせて

ざわめき　うち寄せる波
きらめき　輝く陽の光
九十九里浜、
夜明けの海に染まりゆく琥珀色
おさなき頃をふと想う
そぞろなつかし万華鏡
丸みをおびた美しき海景色の中、
静けさに交叉して響く波の音（ね）の
やさしさとただよう光のあたたかさ
それはまさしく
ふくよかなる母の姿
包容なる母の愛
潮の香を苦しいほどに吸いこめば、
心も躍り、身も奮い立つ。

広告索引（50音順）

あ
アイレム……43
アミューズメントローヤルズ……28・30・32・51・53・100・101
アルファ電子……47
池上精機製作所……48
今井電子工業……17
エスジー販売……122
エヌ・ケー・ロック……58
エフエム……95
エポック商会……29・31・33
大平技研工業……121

か
加賀電子……10
極東リース……94
コナミ……2
コスモ……143
コロナ……119

さ
サトー商事……4
三賞製作所……24
三友ロック……38
サンレス……26
三和エレクトロニクス……86
三和電子……58
ジャバック……139
シュアー……141
ショウエイ……84・85
新日本企画……37・44・144
新日本特機……20
正光通商……120
西部レジャー……42・98
セガエンタープライゼス……37

た
タイガー商事……90
大黒堂……81
太東商事……45
ダイナエレクトロニクス……57
タイヨー……50
千葉エンタープライゼズ……97
中央リース……83
テーカン……3
ティワィ企画……115
東京パブコ……8・9
東葉興業……116・117
トーケン……88

な
中日本リース……57
日本コインコ……49
日本メック……95
ニューフジコロム……140

は
ヒルサイドアミューズメント……40・41・98
ファルコン……5
藤井商事……90

ま
マル信産業……56

や
ユニエンタープライズ……46
ユニオン……6・7
ユニバーサルプレイランド……142

ら
レジャートロン……126
ロケーション管理……102

社長(コインゲーム部門)

ファランド氏

ムの前途は明るい

資本金500ドルのいわば「四畳半メーカー」からスタートしたアタリ社は、わずか10年で年間10億ドルの収入を誇る世界一のビデオゲームメーカーへと発展したが、創業者N・ブルッシュネル氏の「アタリ魂」を引き継ぎこのほどコインゲーム部門社長に就任したのがジョンS・ファランド氏。

不惑・40歳にあと2年を残す若いファランド氏の手腕はいかに。

本誌ではアタリ本社で、このバイタリティ溢れる経営者に独占インタビューを敢行、ハードスケジュールを極め、米国財界首脳陣にして名刺交換さえ容易ではないと伝えられるファランド氏、一時間近くもの時間を裂いてくれた。

なお、このインタビューのセッティングから通訳までを引き受けてくれたアタリ・ファー・イーストジャパンのリビングトン・F・ハイト氏に感謝したい。

アタリ本社はカリフォルニア州のサンノゼ空港近くにある。我々、取材班は昨日はシカゴにいて、3時間の空の旅だった。

シカゴの高層ビル街を、肩いからせながら黒人が闊歩する様はいかにもアメリカ的だが、牧歌的で底抜けに明るく、悠然と構えるカリフォルニアの大平原もまた、まぎれもなくもうひとつのアメリカなのである。

こんな恵まれた大自然の中で、マシン作りにまい進できるアタリマンは幸わせだ、などと思ってみたりする。

当日、ホテルにアタリ・ファー・イーストジャパンのリビングトン・F・ハイト氏が出迎えにきてくれて、彼の車でアタリ本社へ。

これからインタビューするファランド氏は年中、ハードスケジュールを極めアメリカの要人、たとえば財界有力士でも名刺交換さえも容易でないことを、車内でハイト氏から聞いた。

アタリ社といえば、ポン(PONG)だ。ビデオゲームの夜明けを告げるこのポンは残念ながら業務用として〝ヒット〟したとはいいかねるが、日本でもその後、ピンポンゲームやブロックゲームなどに、そのアイディアが生かされたことは周知の事実。

アタリ社は一九七二年、N・ブルッシュネル氏によって創設され、スタート時には資本金500ドルだったという。だが、10年後の今日、10億ドルを越す収入を誇り、カリフォルニア州サニーベィルの本社及び本工場を始めとして、アイルランド、台湾、香港、プエルトリコ、エル・パソ、テキサスなどに工場を持ち、文字通り世界一のビデオゲームメーカーへと成長、発展した。

ちなみに全世界をカバーするアタリ社員は一万一千人。日本におけるセガ、タイトークラスで従業員数は千人前後だから、社員の数からだけでもアタリ社の〝威容〟があらかた把握できるというものだ。

また、カリフォルニア工場では1分間一台の割、アイルランドでは2分に一台の生産率で、全工場あわせると日に千300台のニューマシンが生産されるという。

10年間という短期間でアタリ社はこのように驚異的ともいえる発展を尽げたわけだが、この〝成果〟はなにも偶然の出来事でない。それなりの企業努力、企業戦略があったのだ。

まず、調査・開発費へは惜しげもなく資本投下する。欧米の多くのメーカーは他国、特に日本の有力メーカーと〝製造許諾〟によって協力関係をすすめているが、アタリ社は一、二の例外を除いて、〝許諾〟に関しては積極的ではなかった。

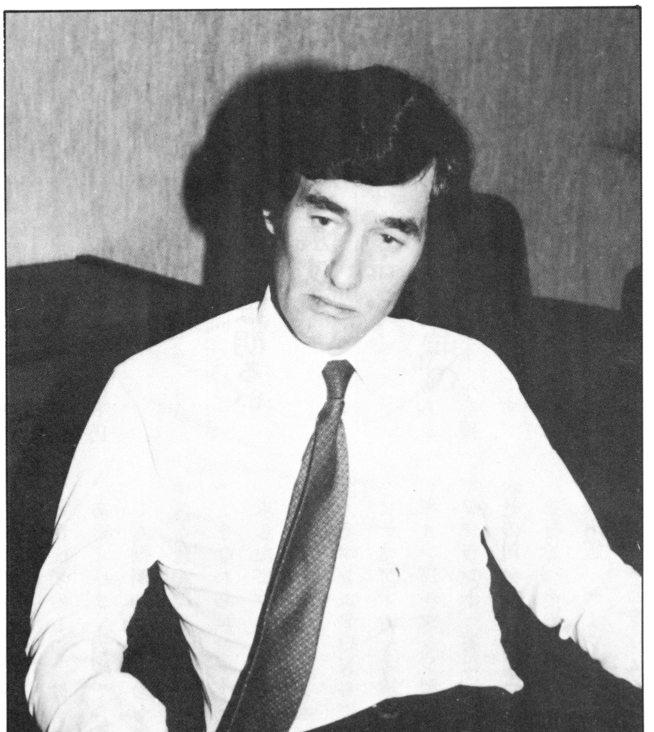
なぜなら「アタリは生産工場である」と考えており、製造許諾による〝新製品開発〟は安易な行為であるとする自負の念からだ。世界一のビックメーカー、アミューズメントのリーディングメーカーとしての貫禄も十分、といったところだ。

こういった〝信念〟を貫徹するが、しかしその企業体質は硬直してはいない。かたくなに他社との協力関係を拒否するのではない。近頃、ナムコとの製造許諾に応じているし、あくまで自社製品の研究開発を主

直撃インタビュー

アタリ社

ジョン・S・



1944年ノースイングランドの生まれ。英国のオペレーター会社、ミュージック・ハイヤー社社長を経て、昨年1月にアタリ・インターナショナルへ招聘され、同7月、現職に。

技術革新で ビデオゲー

眼とする基本姿勢を保ちつつ、他社の優秀な技術をも吸収するというフレキシブルな側面をも同時に持ち合わせているのである。

　アタリ躍進の原動力となる第2点は、自社製品の製造操作の統合である。コスト及び品質、そのいづれの点からも業界で最も効率のよいメーカーとして、他社を寄せつけない強味を持っている。

　高度にオートメ化された、アタリ工場による製造上の統合は、マージンを増やすという単なる目先の利益にとどまらず、材料や部品の流れを管理し、それによって人気ゲームの需要がピークに達したとしても、さらに生産が可能だという長期的展望に立脚した戦略だ。

米国トップ企業ワーナー・コミュニケーション社傘下に

以上のような近代化にともなうアタリ社の発展は一九七六年、ワーナー・コミュニケーション社傘下として組み込まれることにより、さらに経営基盤を強固にし、巨大企業をバックにアタリ社の未来を決定づけたといってよい。

　ワーナー・コミュニケーション社は通信、娯楽のリーダーである。活動範囲は音楽レコード、音楽出版、映画、テレビ、舞台、さらにケーブル通信、子供玩具と幅広く、特に昨年度の全米所得ランキングで第一位となり、日本のマスコミにも広く紹介された。

　我々が「アタリ社」と呼ぶ時、コインゲーム部門、消費エレクトロニクス部門、コンピューター部門、の三部門に加えて輸出入に携わるアタリ・インターナショナル社を総称する場合が多いが、AM業界として考える場合、重要なのは当然のことながらコインゲーム部門である。

　アタリ(コインゲーム部門)は「ポン」から数えて80機種ものゲームマシンを世に出してきた。中でも「アステロイド」は80年度の稼ぎ頭としてNo.1に選ばれている。

　このアタリ社のコインゲーム部門を総括する最高責任者としてこのほど迎えられたのが、ジョン　S・ファランド氏だ。

ファランド氏はノースイングランドの出身で、昭和19年（一九四四）生まれ。技術学校を18歳で卒業し、一時、通信機関係の職に就くがすぐさま、英国のオペレーター会社であるミュージック・ハイヤー社へ入社し、今日に至るまで20年に近いAM業界での経験を持つ。

ミュージック・ハイヤー社でファランド氏は最終的に社長の座まで昇りつめた。そして、昨年1月にアタリ・インターナショナルに招聘され、同7月に現職に。

アメリカの有力企業が他国者を最高のポストに迎えることは非常に稀なことだとされている。ミュージック・ハイヤー社で培われた豊富な経験が評価された、とする見方が一般的だが、アタリ社のフレキシブルな体質も、多分に影響していることも確かだ。

重ねていえばファランド氏は多忙を極めている。念の為、前もってハイト氏にどの程度の取材時間が得られるものか打診しておいた。

「15分程度でしょうね」と答える流ちょうなハイト氏の日本語が、この時ほど残酷に響いたことはない。15分間で何を取材するのか。10年間で大飛躍した「アタリ神話」の真相にどこまで迫れることが可能なのか、また、ファランド氏の人となりをどの程度読者に伝えることができるのか、といささか不満も残るが、しかし、アメリカの要人でもそう簡単にファランド氏と面会できないという事情を考えてみると、いたしかたないと諦らめるほかはない。

が、結果的には一時間近くもの時間を裂いてくれたファランド氏に感謝したい。

インタビューは本社会議室で、ハイト氏をまじえて行った。

ビデオゲームの前途は明るい 今後、益々、発展する

——先頃、シカゴで開催されたAMOAショーでは、ビデオゲームがピンボールを押えて圧倒的有利な立場に立ったようです。

しかし、ビデオの全盛も今年あたりがピークで4、5年もすれば凋落するのではないかとの意見も、一方にありますが、ファランドさんのお考えはどうか。

ファランド　技術的にあらゆる可能性を秘めるビデオゲームがピンボールに勝利したのは当然のことだ。エレクトロニクス技術を駆使して、今後益々、多様なゲームがマーケットに送り出されることだろう。

AMOAでのビデオゲームの活躍はご承知の通りだが、私の考えとしては全盛ではなくましてやピークでもない。ビデオゲームは今、始まったばかりのところで、もっともっと伸びると思われる。

アメリカマーケットは永い間、ピンボールに支配されていた。ピンボールからビデオゲームへの画期的ともいえる前進と同程度の飛躍が近い将来、ビデオゲーム分野で出現することだろう。

——具体的にはどういうことか。

ファランド　あくまでビデオゲームではあるが従来のものとはまったく異なるものである。うまく表現できないが、映像に関しても画期的な手法のものが出てくる。サイズも色んなものが出現していいはずだ。

すなわちエンターティメントの極限を追求したビデオゲームということだ。

——アタリ社はビデオゲームの嚆矢ともいえるポン（PONG）を世に出して以来、ビデオゲーム一本槍。ラスベガスなどでのギャンブルマシン製造は考えないか。

ファランド　答はNOだ。ご存知のように当社の親会社はワーナー・コミュニケーション社で、その活動範囲は映画にテレビ、音楽出版、ケーブル通信、そして子供玩具にエレクトロゲーム、ビデオカセットと幅広く、一環して娯楽を追求している。

同様にアタリもエンターティメントの会社でギャンブルマシンは経営方針に合わない。

——アタリ社は、ライセンス契約に消極的だと聞いております。世界一のメーカーとしてのプライドからかも知れませんが（笑）、今後、ライセンス等を含めて、アタリ社が日本マーケットにどのようにかかわってゆくお考えか。

ファランド　確かにライセンス契約については積極的ではない。どうしてかといえば、アタリはあくまで生産工場であり、他社製品の販売やライセンスを買うのは、安易な行為と考えているからだ。自社で開発し、オペレーターに提供するという基本姿勢は持ち続けたいものだ。

アタリ社の収入推移

（年度締め、12月31日。単位千）

	1981	1980	1979	1978	1977	1976
歳　入　（申告）	$1,227,100	$512,700	$238,100	$177,900	$150,300	$35,500
計上利益〔は赤字〕	$286,600	$69,900	$6,300	$〔2,700〕	$〔6,100〕	$200

アタリのWCI参加が1976年10月、マルブ・グランプリが1977年5月、ニッカーボッカー・トイが1977年7月である。上記歳入には、合併前の各企業の歳入も加えられている。
アタリ社の決算はマルブ・グランプリとニッカボッカー・トイの2社が加えられているが、売上げ、利益とも約9割がアタリ社のものと予想される。

日本に言及すれば、我々は決して日本マーケットを忘れているわけではない。しかし残念ながら過去、アタリ製品は日本であまり受け入れられてはいなかった。

反対に日本製品がアメリカマーケットを席捲するありさまで、このような一方通行は本当の姿ではない。

アタリ社としても今後は日本でもヒットするマシンを開発したいが、しかし、かといって日本マーケットのみにターゲットを絞ったマシン開発をするつもりは、今のところない。

特定の他国マーケットを想定するというわけではなく、当社の目的はベストマシンをオペレーターに供給することだからである。

カリフォルニア社・サニーベイルのアタリ社

—かってアタリ製品は、日本でヒットしなかったと謙遜されますが、その原因は日米のプレーヤー気質の相異にあると思われますが、ファランドさんはどうお考えですか。

ファランド 日本のビデオゲームがアメリカでヒットすることはあるが、その反対のケースは残念なことだが、ない。どうしてかといえば既して、アメリカのゲームはプレー内容がハイレベルで日本人にはとっつきにくく、最初から拒絶反応を起こすようだ。アメリカ人はチャレンジ精神が旺盛でむづかしいゲームの方が闘争本能をかきたてるようである。

日本のプレーヤーには楽しいゲーム内容の方がウケている。また、プレーを重ねることによって技術力が増すような内容が日本人の嗜好に合っているのではないか。

全世界のコピー商品の大半は日本製品

—アメリカでも日本同様、キット販売の兆しがあります。このような傾向に対してアタリ社はどのように対処してゆくつもりなのか。

ファランド キット販売の傾向は好ましくないと考えている。アタリ社としてはメーカー、ディラー、オペレーター、それぞれの利益を常に考えている。ためにキット販売では三者相互の利益が見込めず、私としては反対である。当社としては小手先の小細工よりも常にまったく新しいテクノロジーに向けて日夜努力しており、その為にも漠大な研究開発費を投入しているのである。

—コピー問題について。アメリカではオリジナル製品の法的保護の下にあるが日本ではそうではない。そのあたりの事情について(注・インタビューの時点では、タイトーのインベーダー裁判による確定判決は出ていなかった)。

ファランド 確かにアメリカではオリジナルメーカーは法的に強い。コピーメーカーのみならず、コピー製品を使用したオペレーター段階にまで、その責任追求が可能であるのみならず、過去にまで溯って以前にもコピーライトがあったかどうかの調査も可能だ。

全世界にはびこるコピー商品の大半は日本からのものである。日本のコピー製品がアメリカ湾内でストップをかけられ、陸上げできないことが、ままある。こういったことを続けていると単にAM業界内での問題にとどまらず、日米間の政府レベルの問題にまで発展しかねない。

日本の大手メーカー、セガ、タイトー、ナムコなどが団結してコピー品を排除する努力をお願いしたい。

—話は少し変わりますが、先頃、日米間でソフトウェアに関する事件が発生しました。日本では「I・B・M事件」と呼んでいますがF・B・Iによる「おとり捜査」へのファランドさんの見解は?

ファランド この件に関しては詳しく知らないので何もいいたくないし、あまり話したくない(笑)。

ハイト ちょっと待って下さいよ。日本の皆さんはどうもF・B・Iを誤解しているようです。アメリカでは州別にそれぞれポリスがあるわけで、州単位ではなく全米を統括しているのがF・B・Iで、日本人としてはF・B・IイコールCIAのようなイメージを持っている。そのあたりを誤解しないで下さいよ……。

—日本のAM事情からみればアメリカの業界の存立基盤の強固さがうらやましいところです。日本の大手メーカーは、大手のディストリビューターであるとともに大手オペレーターでもあり、中・小オペレーターにとっては脅威でもあり同時にディストリビューターの役割りが曖昧で本来の機能を発揮していない。

アメリカではメーカー、ディストリビューター、オペレーターの区別が明確になされていると聞いております。

以上のような背景からアタリ社としてのメーカー責任とはどういうことか、また、メーカーがオペレーター業を兼ねることに対する意見は。

ファランド 実のところアタリ社としても試験的にオペレーション業務をやり出しており、来年(八三年)から本格的な展開を考えている。アタリとは一応、別会社の形態をとる。アタリによるオペレーションは10才から60才までの幅広いファンに喜ばれ、

しかも、高級なアーケードコーナー造りをめざしている。

アタリの使命はベストマシンの供給

——メーカーがオペレーター部門へと進出するにあたり、オペレーターの反発はないか。日本では大手メーカーのヒットマシンを優先的に自社ロケに廻すとして、時にオペレーション専業者から不満の声が上がることもあるが。

ファランド　その心配はまったくないです。なぜなら当社ではニューマシン開発時に、あらかじめ各ディストリビューターへの台数を割当てておき、完成時に最初の約束どうり供給してゆく。これがメーカーの責任だと考えている。

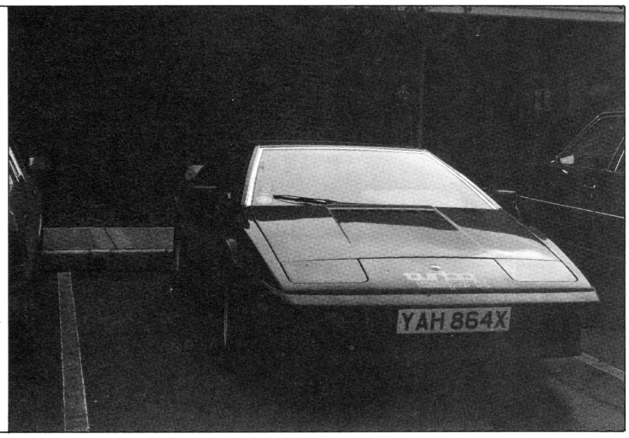
また、当社がオペレーター部門に進出したとしても、自社製品を優先的にロケすることはない。

なぜならアタリ社のお得意さまはディストリビューターでありオペレーターである。当社の新製品を販売する場合、大手オペレーターだけで6割を占めており、その意味でもアタリ社がヒットマシンを独占するわけではないし、また、できるわけではない。

日米を比較した時、マーケット事情がまったく違う。日本では5千台でヒットマシンだが、アメリカの有力メーカーは数万台売り切らねばならない。それほど多くのマシンをさばくにはディストリビューターのお世話にならなくてはいけないし、オペレーターを大切にしなければならず、自社ロケばかり優先させるわけにはゆかない。

——最後の質問。アタリ社の使命をお聞かせ下さい。

ファランド　ベストマシンをオペレーターにあげることです。



ファランド氏の愛車、毎日これで通勤している

ファランド氏の手腕はこれからが見せ場

若い業界だけに当AM業界のトップ、経営者は他産業のそれと比較して総体的に若いとはいうものの、40歳までにあと2年を残すファランド氏がどうして世界一のAM会社のトップの座を射止めることが出来たのか。

弱肉強食、優勝劣敗の厳しい碇を基本とする資本主義体制下では「数字」が「情」に優先する。その善し悪しの判断は本誌の及ぶところではないが、アタリ首脳陣がファランド氏をコインゲーム部門のトップに迎え入れたのはそれなりの「計算」があったはずだ。

取材時では残念ながらファランド氏の手腕は「数字」として表われてはいない。現在のポストに就いて半年だから、いたしかたないがしかし、アタリマンとしての自負心、情熱が言葉のはしばしに感じとれた。

バイタリティ溢れる若い「頭脳」が、このアミューズメントのリーディング企業に与える影響は、まだこれからのことである。

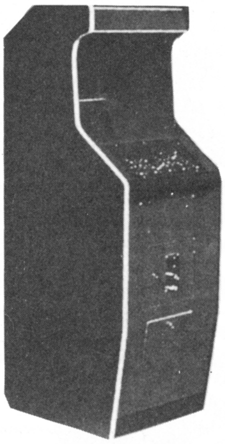
取材に応じるファランド社長(左)とハイト氏

今井電子は

完成品、筐体から、ビス及び各種パーツにいたるまで

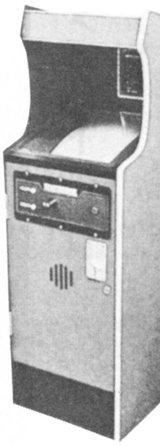
アミューズメントの総合デパート

D-タイプ



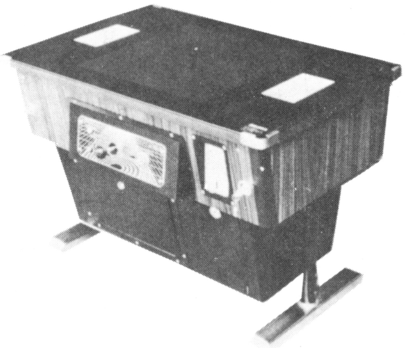
●ハーネスはタイトー式
●お好みの基板を組み込みいたしております。
●ナナオ　カラーモニター使用

S-タイプ



テーブルタイプ

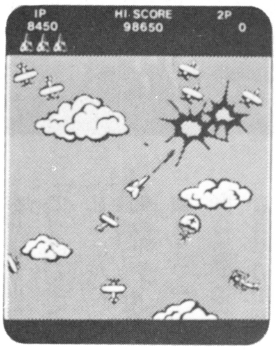
14インチ・18インチ・20インチ



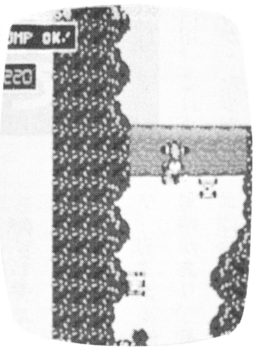
●ナナオ　カラーモニター使用
●スイッチング・レギュレターは最高級品7A使用
●その他パーツ類は最高級品を使用致しております。

ベストヒット4

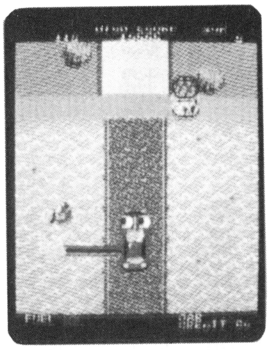
＊タイムパイロット＊



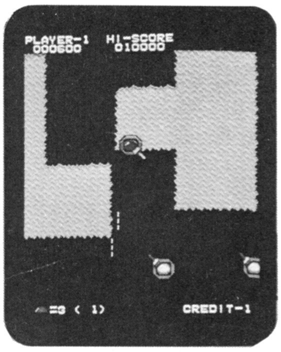
＊バーニン・ラバー＊



＊ジョイフルロード＊

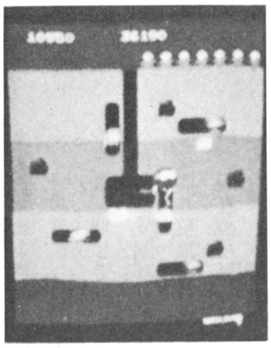


＊フロントライン＊

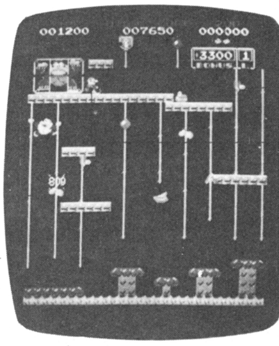


★イマイがお勧めする中古製品

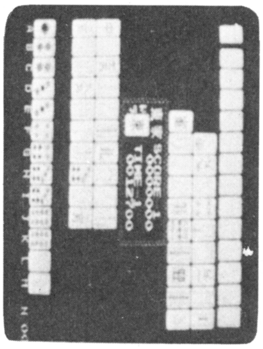
ディグダグ



ドンキーコングJR



対局マージャン



その他には

プロテニス・ドンキーコング・カンガルー
ジャンプバグ・アミーゴー
各種中古製品を
取り揃えております。
●最新・中古各種製品の販売再生いたします。
●中古基板買受けいたします。

IDK アミューズメントクリエート
イマイ

今井電子工業株式会社

大阪市浪速区稲荷町1丁目6番22号　電話06(568)7326㈹

振込銀行：福徳相互銀行桜川支店㊘008－261

SCオペレーターを直撃か…??
「ナムコ・サンリオランド」の出現で

●三社のメリット…??

さすが"超"優良企業なのですね、他社とは目のつけどころがちょっと違うようです。またまた話題の主、台風の目はナムコ、というわけなのですが。

ナムコはキャラクター商品分野で活躍めざましいサンリオ（本社東京、辻　信太郎社長、資本金10億2千万円）と業務提携し、これにロケーション現場ともいえる流通大手のジャスコを加えて、新たなSC戦略に打って出ようとしているわけです。

このニュースは昨年11月13日付、日経産業新聞紙上に一面トップで報じられたものなのですが、同紙によると、

①ジャスコは遊戯施設の常設で店舗の差別化による集客力の強化をねらう②サンリオはキャラクター商品のワクを飛躍させ、さらに遊戯施設という新営業チャンネルを通じ営業を拡大できる③ナムコはサンリオのキャラクターとイメージを活用、これまでのビデオゲームになじみが薄かった少女層に的を絞ったゲーム開発にも取り組む、とし、この三社の結びつきは新しい形の異業種間提携として注目を集めそう、と評価しているのですが、さて。

●「ハローキティ」で既に協力

なるほど異業種三社の協力関係による新タイプの遊園施設――「ナムコ・サンリオランド」（仮称・以下同じ）は"一般的"にはグッドアイディア。

しかし、ことAMサイド、特に当事者であるオペレーターの立場からすれば死活問題にまで発展しそうな様相なのです。

なぜか、を検証する前にナムコと業務提携したサンリオの概要とスーパー業界の現状に少しばかりの紙幅を裂けば――。

サンリオの主力商品は財布や小物類だが、オリジナルなデザインをキャラクターとしてつけるキャラクター商品で急浮上した会社。ほかに、バースデーカードやクリスマスカードなどの企画、販売、書籍・雑誌の編集までやってのけるかと思えば、映画分野にまで進出、製作から興行、配給までと幅広く活躍し、昭和57年には東京証券取引所第二部上場を果たした有良企業で、上場を目ざすナムコにとっては格好のお見合い相手。

かってサンリオは電卓ではキャノンと結び、デジタル時計ではシャープと提携した実績があり、そして今度はAM部門でナムコに白羽の矢、というわけです。

ナムコは既に、サンリオの有力キャラクター「ハローキティ」を導入した子供用乗り物機を開発しているし、今後は両社の結びつきを一層拡大、発展させお互いのノウハウを持ち寄って、ニュータイプの遊園施設を展開しよう、というわけ。

●第三次流通再編成の幕明け

この両社の結びつきに相乗りしたのが、「ナムコ・サンリオランド」の受け皿というべきジャスコ。

流通産業も今、大きな曲り角、過渡期を迎えているようです。ダイエーを始めとするスーパー群は本来の「安売り哲学」をどうやら忘れたらしく、反対に「安かろう悪かろう」のイメージが災いし、消費者のスーパー離れ現象。

かって暗黒大陸と呼ばれ、他産業を蝕む不景気旋風を横目に高度成長を尽げ続けたスーパー業界も、ここにきてどうやら頭打ち現象を呈してきたようです。

まさに戦国時代さながらの様相。たとえば業界5位のニチイと6位のユニーとの合併。両社の結婚は九月に予定され、これにより、新会社の店舗数は263でダイエーを抜き、売上げは約9千億円でイトーヨーカ堂を抜いて二位に。

業界では第三次流通再編成の幕明け、と呼んでいるらしく、各社各様、スーパー業界もサバイバル戦略に必死のよう。

こういった厳しい状況下で、付帯施設から脱却してスーパー各社が我々の業界に対して真剣に取り組みを始めたこと自体、大いに歓迎すべきなのですが、ジャスコによる「ナムコ・サンリオランド」の導入には両手を挙げて賛成するわけにはいかないのです。

考えてもみて下さい。ナムコ、サンリオ、ジャスコの異業種三社が結びつくことにより、ジャスコへのオペレートはナムコ以外はスポイルされてしまうのです。

●SCオペを直撃

いまのところ「ナムコ・サンリオランド」の実態はベールに包まれたままで、どのような形態の遊園施設が出現するかは詳らかではありません。しかし、今春オープンする一号店が成功すればジャスコでは順次導

焦点

入、事業化してゆく構え。
　オペレーターにとっては、まさに驚異。10年、15年と営々と築きあげた地道な努力が実り、ようやくジャスコへオペレート可能となった地方の有力オペレーター達は、軒並み「ナムコ軍団」に虫けら同様、吹き飛ばされてしまうわけです。
　そこのけそこのけ、ナムコ様がお通りだぁ——っていうわけ。
　西部警察の大門軍団なら、ちょっと格好がいいけれど、弱い者いじめのナムコ軍団の横暴には毎度のことながら、閉口してしまうのです。
　関西の中堅オペレーターはこういって憤慨する。
「当社はSCへオペレートしていないので関係ないといえばいえるのですが、ナムコの正体見たり、が実感ですね。
　聞くところによるとナムコの営業マンは〝中小オペレーターは死ねばよい〟と公言しているらしいのですよ。そりゃあんまりですよね、平素は〝我こそ、正義〟のような発言ばかりしているくせに……」

日経産業新聞　昭和57年（1982年）11月13日（土曜日）
ナムコ・サンリオ・ジャスコ
新型遊園施設で異業種提携
キャラクターと遊戯機合体
スーパー内に設置
岡田ジャスコ社長　辻サンリオ社長　中村ナムコ社長
北ガス 金門製作
発電の廃熱で暖房も
〝二刀流システム〟を開発
十月の倒産 千五百件超す 今年最高記録

●ナムコのオペレーター殺し

　AM業界ではメーカー、オペレーターの協調関係がいうまでもなく、前提となっている。ましてやナムコはAM業界ナンバーワンといえるほどの実力企業。業界を統轄すべき地位にあるナムコが、オペレーターの神経を逆なでするような行為に、白昼堂々、打って出るとは言語道断。
　北陸地方のオペレーターもこういって嘆いている。
「ナムコにはそういう戦略があったのですか、やっぱりね。実はこの10月に長野県の上田にジャスコがオープンするのですが地元の関係筋によると、十中八九、ナムコに決定しているらしいのですよ。
　なんでも数千万円といわれるテナント料を捻出できるのはナムコしかない、というわけです。年間売上げが二千五、六百万円と予想されるロケーションなんですが、さすがナムコの実力は大したものです」
〝協調〟どころか、ナムコのオペレーター殺しは年々、強まってきているのです。弱肉強食、優勝劣敗の自由主義経済の下といえども、「力」があるからといって、AM業界の秩序を乱していいのでしょうか。

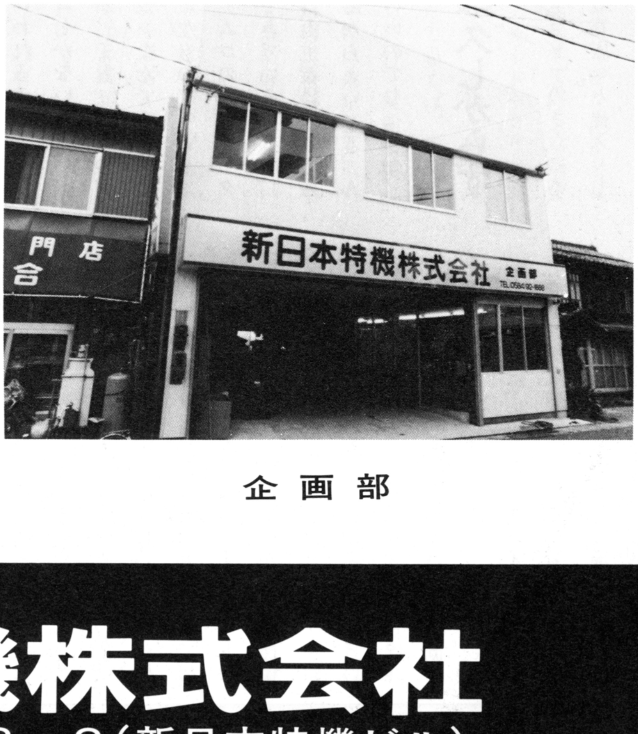
●驕れる平家は久しからず

「ナムコ・サンリオランド」のさらに不気味な点は、ジャスコ既存店へと出入りしていたオペレーターへの影響。ジャスコに限らずSCへのオペレートは数社が〝協力〟してマシンを導入していることは珍しくないのですが、「ナムコ・サンリオランド」が実現すれば既存のジャスコ店をもナムコに独占されてしまう可能性も充分なのです。
　ジャスコから追い出されたオペレーターは何拠へゆけばいいのでしょうか。そこに待つのは骨肉相食む過当競争地獄。
　JOUとNAO幹部を兼ねる有力オペレーターの弁。
「ナムコ社の独壇場っていう態度が気に入らないですね。狭い業界にあっていつまでたっても弱肉強食、なんとかならないですか。最速、NAOとJOUでも検討しなければ」
　先月号でもお伝えしたように、ナムコはダイエーレジャーランドと組んで、ダイエーへの地歩を固め、そして今回のジャスコ。二大SCを手中に収めて不景気風もものかは、ナムコの快進撃が続いているわけですが、他のオペレーターはジリ貧状態、冗談ではないですが近い将来、SCへのオペレートはナムコ社に独占されてしまいかねない様相なのです。
　でも、驕れる平家は久しからず——というではありませんか、今こそオペレーターが団結してこの「モンスター」に立ち向かうべき「時」なのです。
　でなければ、あなたがた、オペレーターが殺され、蹂躙(じゅうりん)されてしまう——。

賀正

本年もよろしくお願いいたします。

本社



企画部

総合娯楽商社

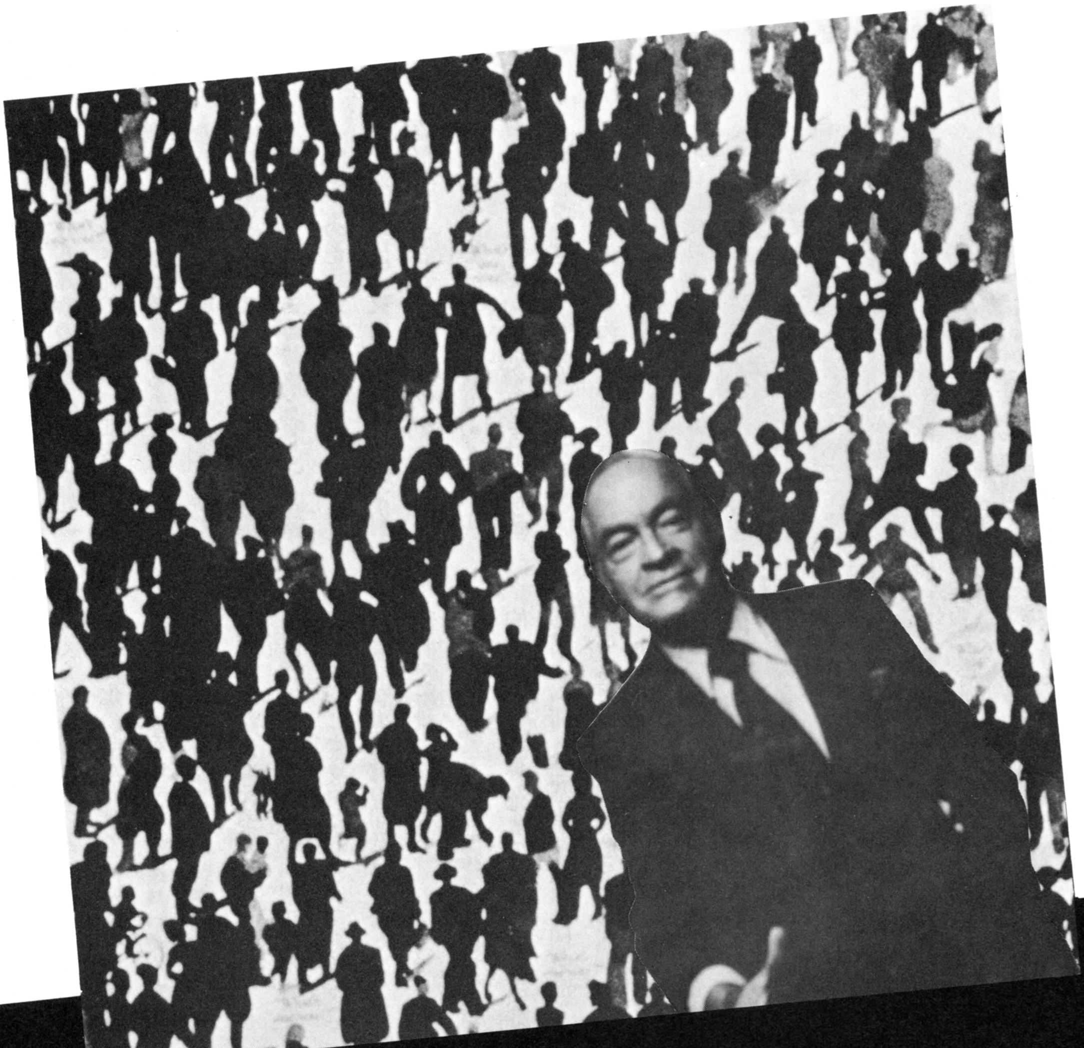
新日本特機株式会社

大垣市静里町１７７３−２（新日本特機ビル）
TEL. 0584（92）1888（代表）

業界活性化のために(後)…協会手続の民主化を

望ましい「会長像」とは?

中内勝雄
「ロケーション活性化のために」執筆



JAMMA、NAO両協会の役員改選が近づいてきた。そのなかで最も重要なのは――当り前のことだが――どんな人物が会長のポストに就くかである。何故なら、会長は業界内外に向けた組織の顔である。そしてまた、組織運営の手法が、会長のパーソナリティーによって大いに変ってくるからでもある。

結論から言えば、業界全体の利益を尊重し、業界の将来に対して確乎としたビジョンを持っていること。同時に高いモラルの持主であること。最後に陽性であること、等々である。

先月号で、協会手続の民主化について寄稿戴いた中内勝雄氏に、引続き「望まれる会長像」を粗描して貰った。

一番の悪は部落を割ることだ

業界団体の意志決定の方法について、多数決ルールの運用のまずさへの危惧を述べてみた。だからといって、意志決定は全て全員同意によりなされる、などと協会定款の改訂を求めるつもりはない。もし協会執行部が、個々メンバーの意見を尊重しそれを議決に反映させる姿勢を忘れず、メンバーは業界問題を真剣に考え、協会のうまい運営に貢献することを喜びとするのであれば、ルール運用の適切さで充分やっていけるからだ。

きだ・みのるの『にっぽん部落』の中に次のような面白いくだりがあった。

そらあ、多数決の方が進歩的かも知れねえが部落議会にゃ向かねえや。……部落議会じゃあ、村議会でもそうだが十中七人賛成なら残りの三人は部落のつき合いのため自分の主張をあきらめて賛成するのが昔からの仕来りよ。どうしても少数派が折れねえときにゃあ、決を採らずに少数派の説得をつづけ、説得に成功してから決を採るので、満場一致になっちまうのよ。……

部落の議決は全会一致で、多数決は恨みを残し部落の運営の円滑を妨げるので採用されていない。部落で一番嫌われる悪は部落を割ることだ、ときだ・みのるは述べている。

少数派の立場で考えてみると、賛成し難いところがあるけれど、まず部落の『和』のためにはガマンしようと思う。あるいは、賛成すれば自分の不利益が多すぎるとか、メンツがつぶれるときには、どうしても折りあえない少数派となる。しかしそのときは、部落のおえらいさんや長老がやってきて、不利益を軽減する方法や妥協案を一緒に考えたりして説得につとめる。誰だって、はずれ者や『鬼っ子』になりたいと思わないし、そんな部落民をつくりたいとは考えていない。皆が、どうすれば部落をうまく運営できるか、と配慮しているのである。反対派には、おえらいさんたちの説得の努力そのものが軟化に向かわせるものがある。強くツッパッテいてはおえらいさんたちの立場を苦しくするし、誠意もわかった。自分たちもそろそろお返しをしないと皆に悪い。部落の『和』のために説得に応じよう、となるのである。このような少数者の同意は、決して『少数者の圧殺』ではない。

部落の運営も業界団体の運営も実質的には非常に似かよったところがある。集団の『和』を基本とし、集団を割らないことが大切な点、そして集団のまとめ役として上層部の役目の重要さ、とくに集団の長たるものの持つ資質や指導力が『和』の維持に及ぼす大きな影響力など、あい通じるところが多い。長とはいっても、部落や業界団体の長は会社など企業の長とは大ぶん違う。社長は社員に対して、ある意味では絶大な権限をもっている。部落や協会の長は、肩がきこそあれ、一般の住民あるいは会員と上下があるわけではない。業界団体の場合、権限といっても、普通の定款によれば、理事会の議長をつとめること、議決において賛否同数の案件を自らの一票で決することができるぐらいのことである。しかもこのようにまっ二つに割れた案件を議長の一票で決することは好ましいことでないことは、これまでに述べた。このように権限のない長が、集団の最高位にあって集団をまとめることが可能なのはなぜか？それは会員の長に寄せる尊敬と信頼感でしかないであろう。つまり会長はそれにふさわしい人間的資質と見識を持っていなければならない。

本年三月はアミューズメント業界団体の役員改選期と聞く。業界多難の折から、望ましい『会長像』とはどういうものか、もう少しつっこんだ考察をしてみよう。

モラル感覚が敏感であること

アミューズメント部落、アミューズメント村の村長さんは専制主義者であってはいけない。これが最初の基本的

な会長の資格であろう。しかし考えてみると、業界団体の長にしか過ぎない人物に、ファシストやイラン政権的体質は困る、などという注文をつけることもおかしなことだ。第一、協会は権力構造をもつような組織でないことは定款をわざわざ読みかえすまでもない。

もし会長が、自己の考えを、反対者がいるのに押し通そうとしたり、考え方の異なる者を排除しようと強行したりすれば、必ず定款が定める手続をふみ外すことになる。あるいは、形式的には手続をふんでいるように見えても、ルールの解釈が常識的でなく無理があり、それをめぐって紛争がおきやすい。

このようなことは、まず普通にはおこらない――メンバーの一人一人が、会員として、役員も自分も平等であること、われわれの生活の基本は民主主義であり、民主主義とは個々人の主張を生かしていく手続の問題であることを認識さえしておれば、会長の恣意や逸脱がもしあったとしても修正は直ちにされよう。それは業界団体の出来ごとであっても、あたり前の反応というものだ。

それなのに、専制的でない民主的な会長を、と最初に持ちだしたのはそれなりの理由がある。会員は平等であると言ったが、個々の会員企業の業態は均質どころか千差万別というところ―規模の大小、そして主として子ども相手なのか大人相手なのか、メーカーとしては、ライド専門かゲームか、ゲームであってもファミリー向きかグレイマシンか、と多様である。会員はこれらの業態に応じた価値観、関心、利害関係をもっている。また会員の経歴も、他業界と比して多彩であることは間違いない。意識の中味は平等にはほど遠い。

このような雑多な構成員をまとめて、業界団体として統合を保ち、会員と社会からの期待に応えて機能するためには、会長の専断・専制的マネージメントでは、とうてい不可能である。なによりも会員個々の問題意識や考え方を誠実に聞き、それを協会政策や行事に組みこんでいく、この徹底的な姿勢こそ必要であろう。そして考え方の相違に対しては、積極的な調停者であることが望まれるのである。

たとえばオペレーター協会がかかえている業者間の過当競争問題。その現状がどうなっているのか、よい方向に処理されつつあるのか、それとも停滞しているのか私は知らない。またこの問題が、個別企業ごとの、当事者だけで処理されるべきことなのか、業界問題として扱うべき問題なのか問うのも止そう。しかし、この問題が発生しその調停を求められることは、会長の資質を問われるリトマス試験紙のようなものである。

競争問題は被害者の側からクレームがあがる。業界構造からいえば、大手業者による中小業者テリトリーの侵害――大手業者間のテリトリーの侵害ももち論あるが、これは業界問題としては浮上しない。必要があれば大手業者双方の交渉があればよい。相互の企業力に大きな格差はないから、交渉の成果をもし得たいと決意するならば、一方的に屈服することもない。とすれば、過当競争問題は、実質的には大手と中小業者間の対立といえる。

もし会長が当事者の大手業者であれば、社長として企業利益を守れば、会員の不評は免れない。会員をたてれば、企業として一応は損失である。会長として、このような二者択一的な単純な解決法はどういうものであろうか？

さきにこれが業界問題として扱うべきか、と疑問は呈したが、このようなもめ事を、第三者や法律などにゆだねるのではなく、同じ事業に従事する仲間たちの団体がもちうる固有の調整機能として、協会内部で処理することはむしろ望ましいことであろう。このような調整の基準・規範とは何であろうか？

それは、会員たちの多様な立場を越えて、各人が持つ内的規範でなければならない。それは、人間が社会生活を営むために守っていかねばならない常識的な約束ごと――盗まない、犯さない、ウソをいわない、自分のことだけを考えない、他人を尊重する、思いやる、努力する、忍耐する、公平にする、などなど。

大手業者であろうとなかろうと、会長はこのような基本的モラルに誰よりも鋭敏であることが必要であろう。会長の個人的資質としてこれは最も重要なことである。そして当事者とトコトン話しあう熱意、誠意があるかどうか。利害対立し、様々の人生観をもつ会員

たちの信頼をかちうるには、このような説得力のある調停者が求められているのである。

ビジョンを持っているか

会長の持つべき資質として、人間として基本的なモラル（内的規範）に敏感であることを第一にあげた。第二の資格は、業界の将来に対するビジョンを持っているかどうかを問おう。

会員は誰でも経営者である。企業経営者であれば、必ず一、二年の短期計画あるいはそれ以上の長期計画を持っているだろう。大手業者であれば海外戦略を含めたもの、中小業者ならそれなりの計画を持って毎日の経営を行っている。レンタル専業のところ、ゲームセンターを展開するところ、ショッピングセンター以外は運営しない会社。なぜ自社の業務をそのように限定するか、かなり明確に考えを持って経営しているであろう。だからそれらの短期あるいは長期計画は、あるいは相当に異なったものであるかもしれない。しかし、少々の違いあるいは相当の隔りのある計画であっても、未来に向って社会・マーケットの展望を、各社それなりに見定めて、計画は作られる。

ではこのような個別企業としての将来展望と、業界団体会長としてのそれとどういう関連があるものだろうか？

会社にはそれぞれの力量がある。それは各社が持つ経営資源（ヒト・モノ・カネ・情報）によって変ってくる。とはいえ、同業者が持つ将来展望がそうひどく矛盾しあうということはないと考えるのが普通であろう。いわば各社はそれぞれの力量に応じてではあるが、ほぼ同じ方向をむいて経営を行っている。

もし某社が新方式の経営を創造し、これまでになかった部分とか方向の業務に成功したら、それを模倣し追随する者もでてこよう。メダカの学校のように、である。自社のためにウマ味のある分野を温存するために、他社に誤った情報を流し参入させない努力をし独占しようとしたら、少くともそれが会長会社であったら、会員から快く思われるはずがない。

むしろ会長は業界人に対し、業界の将来展望について積極的に語りかけるべきであると思う。企業戦略として秘密にしたいこともあろう。しかしそこまで突っこんだ情報の公開までいかなくとも、このアミューズメント産業界が、社会の変化とともにどう対応し、業界が沈下することなく、会員企業が生きていくためにどうしたらよいか、あるいは、大いなる変動が展望できるのであれば、業界の再構築はどうあったらよいか――など業界ビジョンを述べることは大変望ましいことではなかろうか。これまで、このような話題がなかったとすると、他産業界に比して当業界の成長がまだ遅れているのかもしれない。

たとえば流通業界は今、歴史的な転換期にあるといわれている――『六〇年代以降に広がった、いわゆる流通革命論的な発想をまず切り替える必要がある……流通革命論は大規模小売業が成長し、メーカーの流通支配を打破するという川上志向だった。その結果、売上高競争や安売り商法だけに目を奪われがちだった。だが、いまは人間の暮らしという〝人民の海〟を目指し、

コイン・メタルのことなら………お任せ下さい。
ユーザーのニースに確実に応える、信頼できる各種
コイン・メタルメーカー。これが当社の姿勢です。

⊙ご希望の日に必ずお送り出来るシステムの確立。
⊙在庫管理を厳重にチェック出来る完全包装。
⊙当社のすぐれた技術と経験がものを言います。特注コインは数量の多少にかかわらずご調整いたします。
⊙お気軽に営業部までお電話をどうぞ。

●コインのトップメーカー●
株式会社 三賞製作所
本社工場／東京都新宿区築地町１２
電　話／03（260）２４５０（代表）

さらに川を下る時だ。……対岸の見えない暗い大海に船出するのは勇気のいることだ。様々な商品やサービスを積み込んだ経営多角化という名の船に乗り、より快適で合理的な生活の創造を目標にした市民産業という港をさがし出す必要がある』と提清二氏（西武百貨店会長）は語り、そのため船を動かす羅針盤になるのは『顧客が本当に欲している情報、ソフトは何かを見きわめる情報感覚』であること、今後の消費生活の変化にあわせて、どんな形で消費生活の質的向上に力を貸せるのか『メーカーや問屋といっしょにもう一度考え直したい』と述べている。このような、業界の歴史を踏まえ、消費者（＝アミューズメント利用客）の情況に視点をこらした合理的な論説を、アミューズメント産業界のトップからも聞きたい。

『風見鶏』という言葉は当今あまりよい意味で使われていないが、このような会長の発言は、会長にとっては経営を考えていく大切な材料であり、刺激となるものではなかろうか。業界最高の指導者である会長は、業界の風向をつねに研究し、見識を養い、それを業界に示す『風見鶏』であることが求められているのである。

陽気であること

会長に求められる資格として、第一にモラル感覚に鋭いこと、第二に業界ビジョンを持っていることをあげた。この二つは欠かせない。これからあげる資質は、一般に人の上に立つ人物であれば持つべきであるが、とくに業界の代表者、業界の『顔』として持っていてほしい資質である。

それは陽気で積極的な性格であろう。ギャンブル営業と警察官汚職事件で叩かれ、かってないショックを受けつつあるこの業界、悲観的にネクラになりがちな現在、会員に対し、逆境にあっても前向きに事業を続け、信用を回復していく姿勢を示してほしい。

孫子の兵法にいわく『物事ニ必ズ利害両面アリ』と。ギャンブル営業で良心的な業者は実害をこうむった。警察官汚職で業界イメージはダウンした。マスコミ報道で、すべてのゲーム機械や業者や協会が、黒く汚れているかのような印象を社会に与えてしまった。これらは業界が受けた害である。しかし孫子の教えによれば利もあるという。『智者ノ慮ハ必ズ利害ヲ雑（マジ）ウ。利ニ雑エテ務メ信ブベキナリ。害ニ雑エテ患（ワズラ）イ解（ト）クベキナリ』どんな物事にも必ず利と害を考えてみる。利益があると見える場合でも、その反面、害も考えてみるから智恵のある人の事業は発展する。害になると見えることも、利をあわせて考えるから、心配することもない、というのだ。

過去一年以上、業界の人々は、行政・学校・警察・青少年育成関係者、PTAなど様々な人々と話合いを持った―そのコミュニケーションの窓が閉ざされたわけではない。今回の事件でマスコミの集中取材を受けた会員や協会事務局が、記者たちに嫌われてしまったわけでもなかろう。なかには知り合いになり、今後のマスコミ対策の相談に乗ってくれる場合だってありえよう。少くともマスコミの力と恐しさを学んだはずである。これからはその力を借りてみよう、と考えることは利である。

全ての事業は長い道のりを歩んでいく。業界のリーダーは、個々の事態に一喜一憂することなく、どんなに周囲の状況が変化しようと、業界にとってプラスになるんだという、積極的な考え方、つまりあらゆる事態を陽転思考で乗りきる姿勢で会員を引っぱってもらいたい。陽気な人物でなければこれは無理だ。

会長は業界の『顔』であるといった。この業界外の多くの人々とあい、話をしなければならない。人々は第一印象が強烈であり、その印象によって判断が支配されやすい。社会がこの業界にもっている印象は、マスコミ報道の他に、うす暗いゲーム場、暗い感じの従業員、固い応待などの経験がつくりだしている。懇談会などで初めてこの業界人に接する人々は、コワイ人間が席に現れるのでは、とおもっている。まったく笑い話ではない。だから会長は、明朗な陽気な率直な人物であってほしい。横柄な陰気な屈曲した考え方の人物は好ましくない。おもしろいこと、楽しいこと、そして幸せな気持になること、これがアミューズメント産業の商品であるとすれば、業界の『顔』もそれを裏切らないものでありたい。

ニュービジネスの展開
アメリカより上陸

プリントシステム
XPRES
エキスプレス

金属板やプラスチック板に思いのままコピーが出来るプリントシステム

☼1分間のスピード転写————ゲーム機のプレートもスピィディーに完成。

☼カラーは赤・青・緑・茶・黒などの12色————カラーデザインも思いのまま。

☼色落ち、変色はなく操作も簡単————コピーする要領でワン・ツウータッチ。

☼衣服や金属板等、幅広くコピーが可能————販促用Tシャツ・トロフィと用途は無限。

SL CO.,LTD.

米国エキスプレス社日本代理店
株式会社 サンレス
〒451 名古屋市西区那古野1丁目14-18
那古野ビル北館112号
TEL(052)551-0838(代)
TELEX 4443972 SAMPA J

この商品の企画等については当社に直接お問いあわせまたはご来社下さいませ。

ニッポン・アメリカ村開拓の頃

映画のワンシーンを思わせるソニービルのエレベーター

大阪はキタのターミナルから地下鉄にもぐり、地下鉄御堂筋線に乗り、三ツ目でミナミの心斎橋駅に着く。

路上に出ると御堂筋。そのまま道路を渡りアメリカ村に向かえばいいものを、つい人の流れにまかせて、心斎橋に向かう。

大阪の造語でいう、シンブラ（心斎橋筋をあてもなくブラブラと、ウインドショッピングなどすること）でもしょうかと歩きだす。

花崗岩の重量を充分にささえている鉄筋の橋桁が、アスファルトの路面に取り残されている。銅製のガス燈だろう、年月にさらされ緑青色になっている。

この繁華街の名の由来になっている心斎橋だ。歩道橋となったこの橋に上る。

日中にもかかわらず、ガス燈に灯がともっている。通りをはさんだ向こうに、ガスビルの愛称で呼ばれている、大阪ガスの本社がある。この灯は、さしずめ、提供、大阪ガスというところであろう。

橋というからには川があるはずだが、今はない。

かつてには無論あった。それも長堀川という、云わばこの街にとって重要な響きをもつ名前であった。その長堀川は地下駐車場となって、アスファルトでフタをされている。従って、橋はその必要をなくし、取り壊しの話もでただろうが、それは無残すぎると云うことで、現在の歩道橋になったのだろう。

ただ歩道橋としての機能は充分にはたしていない。

便不便の機能でいえば、橋に上るのに階段をのぼらなければいけない労力分だけ、不便なのだろう。

又、鉄筋で補強されたばかりに、史跡にもなれずにいる。

橋に立ち、通りをみる。

ライターの点火のメカニズムを、そのままデザイン化したような、ソニービルが屹立している。

ライター様式の、そのパイプラインの入り組んだ部分など、このまま数十年も放置すれば、SF映画「エイリアン」の、廃墟の惑星基地の心臓部として使える。

もっとも、その頃になっても、決して錆びることなどないだろうが……。

ソニービルに入ってみる。

巨大な長方形の生簀に、熱帯魚が泳いでいる。黄色い魚が多い。

その魚の泳ぎを近くのブラウン管に写し続けている水中カメラのボディが黄色と黒。オミゴトにコーディネイトされている。

このビルのみどころ、シースルーエレベーターに乗る。

又、古い映画のワンシーンを思い出した。ブロンソン主演の「狼たちの挽歌」で、彼を裏切り、大企業の会長の椅子を手に入れた恋人、ジル・アイランド。

ジルがその就任の日、シースルーエレベーターに乗り込む。

ブロンソン、向うのビルの屋上に伏せ、銃をかまえる。

ジルの乗るエレベーターが垂直に、等速し、上昇していく。

ジル、我が世の春。

ピシッ・ピシッ・ピシッ、銃の発射音。

エレベーターの防弾ガラスに穴があく。

ジルの額に赤い点。

ジル、スローモーションのフィルムの中をあおむけにたおれる。

そぉ——。そのエレベーターに乗った。風景もみたかったが、用心のためドア側で我慢した。

さて、高層階といっても効率のためか、天井が低い。その低いフロアーを、短いエスカレーターで順次下る。

さすが音響メーカーソニー。話し声や足

音が、壁や天井の吸音効果で耳ざわりでない。制御されたＢＧＭも流れている。
例のウォークマンが中央の陳列台に、二列で並んでいる。それに聞き入っている人人が、まさに老いも若きもズラーと、互いに向かいあって並んでいる。
盗難防止のために、ウォークマンのボディが固定してあり、コードでヘッドフォンはつながっている。コードの長さは短かくはないのに、誰もが頭をボディに近づけている。
あたかもボディに礼拝しているかのように。「ソニーの神話」でも聞いているのか。
黙礼の姿勢のまま、ヘッドフォンをささえている両手を、並び合わせれば合掌となる。
不気味でした。
音調空調色彩調和　温故知新厭離穢土

心斎橋パルコで受けた狙撃兵ユーミン美の一弾

ソニービルから向側のパルコに入る。
ウィークデーのためだけであろうか、ショッピング客は少ない。どのブティックもウィンドには皮ジャンパーをディスプレーしている。女性男性の違いもない。わざと着古した感じをだすために、ストーンウォッシュ加工をほどこしている。皮を水洗いする際に、小石を使い、皮の表面に傷をつける。その傷が自然な感じなので、使い古した雰囲気にみえるのだ。それにより、暴走族の皮ジャンのイメージが変わり、ハードからソフトにだけでなく、オールドにもなる。
今やファッションは昔風へ。
カンカン帽やサスペンダー。三十年代、四十年代。この短期間の内に六十年代まで昇りつめてきた。総じて復古ファッション。
パルコ六階のイベントルームに人だかりがしていた。ユーミンの新符紹介キャンペーンを催している。ライブショーのビデオが大画面のブラウン管にうつっている。
ユーミンの舞台装置は大仕掛だ。今回は中国の京劇の舞台を連想させる。赤と緑と水色を基調にした極彩色の絵巻物。壁に貼ってあるポスターはユーミンのアップ。メークは眼だけを強調し、表情は病んでいる。
コスチュームはチャイナ服をベースに、遊牧民の身軽さをスパイスに、柄はペルシャ文様で整えた全東洋エスニック調だ。
鳴呼シルクロード夢街道。
話は突然かわるが、日本人の美しさの基準には、二つの踏絵が用意されている。

一つは、日光東照宮は陽明門に美しさを感じる型と、京都は桂離宮に美しさを感じる型との二つである。
一方は三波春夫の絢爛豪華、百花繚乱、打ち上げ花火。
片やは三遊亭円生、利休鼠の濡羽色。ワビ・サビ・イキと江戸むらさき。
当然、私、桂離宮派の味方です。
もう少し、綿密に云えば、「桂離宮にネズミが一匹、三度の食事は江戸むらさき」組に属している。
従って東照宮派を鼻であしらうところが多分にある。
当然、東照宮派は、敵でした。
もう少しメンミツに云えば、「日光結構、絢爛豪華、打上げ花火は三ッ波印」組を無視していた。馬鹿にもしていた。だからこの日光への嘲笑は、正しい道だ、迷っては御先祖様に申し訳ないと決めていた。
しかし、完璧に管理された、清潔と調和のソニービルと、ユーミン芝居の混乱を比較すると、？と疑問符になってしまう。
人様から、防弾ガラスのハートなどと異名をとっていた私のハートの「美」のあたりに、狙撃兵ユーミンの一弾がとらえた。
ピシッと小さな穴があいた。一瞬、額でなくてよかったと思ったが、考えてみれば心臓の方が致命傷だった。
たまにはワーッと、祭り花火を楽しむのもいい。そう云えば、日光東照宮に祭はあるが、桂離宮にはないもんネ。
と云うようなことを妄想していたので、これ以外の心斎橋についての記憶はない。

Amusement Royals
05628·4·0909
AM10:00~PM10:00
ローヤル商会
〒470-21　愛知県知多郡東浦町大字緒川字竹塚8-40
東海営業所0562-34-9584　京都営業所075-441-3834

アメリカ村のショップに見るそれぞれのアメリカ

気がついてみれば、御堂筋に出ていた。銀杏並木の間の信号が、青でしかも点滅を繰り返していたなら、小走りで急がなければならない。
たしか、大阪市初期の市長の英断で、この道路ができた。当時、飛行機の滑走路でも造るのかとの悪評が湧いていた。
その滑走道路も、十年程前に、南北の往復が禁止され、北から南への一方通行となったが、それでも渋滞を続けている。
小走りに渡り、目当てのアメリカ村はこのあたりだろうと、左右に街角を曲がる。
御堂筋に面した側は、大きなビルが林立し、さすが商都の中心と納得できるが、一歩、裏道に入ると、大都会の風景は一変する。
商品を梱包し終えたダンボール箱を、歩道いっぱいに山積みにした衣料問屋。風化した木造二階建ての家屋には、小学生の子供でもいるのだろう、校章らしいマーク入

りの体操服などが干してある。その民家の玄関の引戸の横に、ブルーのプラスチック製の衣料ケースが置いてある。ふたの上に大きな文字で「すな場」と書いてある。こっそりふたを開けてみると、なる程砂がつまっている。

その他にも、軒先の半帖程の空間を利用した靴みがき屋。垢と油で汚れて赤黒くなってしまったノレンのあるタコ焼屋。

こういう生活臭のある町並と、若者の間で評判になっている場所との継がりが、みいだせないまま歩く。

そんな一角から、通り一つ隔てたところにアメリカ風な看板のかかっている店舗がみえた。どうやらたどりついたらしい。

アメリカ村は周防町から、阪神高速道路の高架をくぐり、四ツ橋筋に至るまでの通りにある。

「アメリカ村」の名付親は、マリリン・モンローの例の微笑を描いた看板のある「マイウェイ」のオーナーである。

おそらく、オーナーの冗談であったにしろ、名が出来たことにより、この界隈の発展が始まったと思う。

アメリカというアイデンティティを打上げたことにより、方向が決まった。

同じような店舗が次々と、流行のように生まれた。

電飾ネオンで波模様をほどこした、サーファーショップ「サン・ビレッジ」、輸入雑貨の店「サーフ・ウェイ」、ウェスタン風の喫茶店「エルパソ」、米軍基地のそばには必ずありそうなバー「パームス」などいずれも気分はアメリカだ。

それぞれのショップが、アメリカのイメージにこだわって、店づくりをしているのがよく分かる。

喫茶「エルパソ」に入り、コーヒーを頼む。カップはホーローびきだ。ストローがついていたがここはウェスタン、直接カップに口をつけ、飲む。音楽はカントリー、壁飾りはメキシカンハット。カウンターの中に並ぶウィスキーはバーボン。

前に二人連れがすわっている。男性の方は一見、ビジネスマン風、女性の方はカジュアルな服装。テーブルの上に広げている本は、旅行のガイドブック。そのガイドブックにはカバーがかかっていた。

さしずめ、大阪見物に来た妹にせがまれて、仕事を脱けだして、案内している兄の図、といったところか。

最近出来たという「インターナショナルマーケット」をのぞいてみる。

ここの看板もマリリン・モンローだ。ケネディや自由の女神や星条旗でなく、どうやら、アメリカの顔はマリリン・モンローにつきるようだ。

店内にテナント募集の告知があった。

月商二百万円以上
開店費　四十万円
営業時間　十一時から二十時
正社員　十二万円
パート時給　五百円
商品はインポートに限る。

ここには書かれていないが、店舗面積は三～五坪位が標準だろう。

このインターナショナルマーケットの西隣にユニークな店がある。ブテック「安すぎてゴメンネ」。四ツ橋筋に面した所に、すなわちアメリカ村の西端にあたる。

看板に大きく「アメリカ村入口」と書きなぐってある。男女共用の店とも表示してある。シーズンはずれの水着が千円。皮革がポツンポツンと並んで千九百八十円。ウールマーク入りのセーターは三千円。それに「商品をゴチャゴチャにした人には罰金」千円。

確かに安い。オールシーズンの商品で、サイズも片寄り、しかも男女どちらでも使えますとくれば、安さのヒミツここにあり

過去、現在、未来
常に
高度の技術とアイデアで、
業界に奉仕する。

株式会社
エポック商会
大阪市城東区蒲生1−1−17
(吉川ビル)
06−932−2661(代)

という感じだ。もっとも「ゴメンネ」のために弁解しておくが、客が気に入れば、これ程たすかることはない。

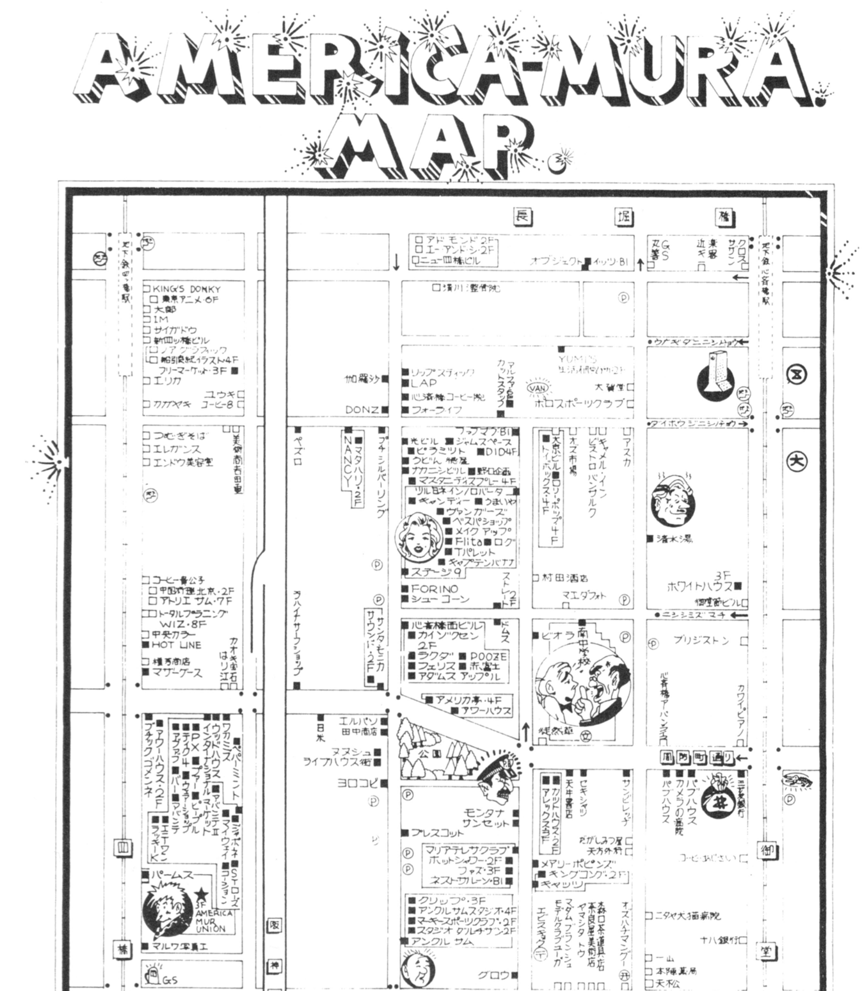
アメリカ村に陽は落ちて

喫茶「エルパソ」と児童公園の間の道を南に五十メートルも下ると、小振りなビルの二階に、「マーキースポーツクラブ」がある。

オーナーは谷口さん。

アメリカ村ユニオンの理事の一人。

それよりも毎日TVの若者向深夜番組「フライデー」のDJといった方が通りが早い。



カタカナ言葉が次々と回転し、句読点の少ない語りは壮快ですらある。

彼が今、夢中になっていること。

「アメリカ村の公営放送局を造ることなんです、勿論、村営にしたいです。」

自動車に無線装置をお持ちの方、機会があれば御堂筋をお通りの際、是非傍受されてみたら………。

尚、周波数は三〜三十メガヘルツの間とのこと。（後で調べてみたら、短波の周波数が三〜三十メガヘルツで、これはある種のジョークだったんですネエー。）

小田原耕二さんは二十三才。いわゆる無名です。一階のブティック、「アンクルサム」に勤めている。

十六才の頃からだから、ここに居着いて五年になる。

「今もそうだけど、あの頃も、着ることが好きだった。」

当時、アメリカぽい中古衣料はこのあたりにしかなく、そんな好みの連中が自然と集まり、その内の数人は、この村の住人となり同じような仕事をしている。

ストーンウォッシュの皮ジャンに、コットンのワークシャツ。この冬から来年の冬まで、真夏は別としても、皮ジャンを着続けるとのこと。

「流行（はやり）だから軽くみられるけれど、一年も続ければソンケーされるけれど、二年も着ていればオンチになるし。」と脱皮の時期を考慮中とナカナカシビアーだ。

五年といえば、村のヘンセンを見つづけて来た古参。そのあたりを聞くと、「こんなはずではなかったのにナアーが実感です。」とテレくさそうな言葉で返ってきた。

「有名になったけれど、僕たちの好きなファッションが注目されて来たけれど、段々、チョット違うナアーという感じ。」

何が違うのかと聞くと、とまどいながら考えてくれたが、答は聞けなかった。

店内にテーブルサッカーが置いてある。

「これ好きなんです。」

私もうなずく。

それでは勝負ということになった。

このゲームをする時に想い出すことがある。縁日のスマートボール。十円で七玉か九玉あったのではないか。バネの具合をつかむのがどうも小学生には無理だった。

テーブルサッカーも、人間であることを忘れなければ無理だ。例えば道路の交叉点にならなければ、イケナケレバ、ナラナイ。

Amusement Royals
05628-4-0909
AM10:00~PM10:00
ローヤル商会
〒470-21 愛知県知多郡東浦町大字緒川字竹塚8-40
東海営業所0562-34-9584 京都営業所075-441-3834

右折左折直進あるのみ。この条件がどうにもはがゆい。はがゆいのも人間であるショーコであり、冷静沈着にならなければいけない。速度・角度・湿度・風力・気圧の谷など、瞬時に判断を下すのだ。そんなことが人間にできる訳がない。しかし、できないのを世間では木偶の棒という。木偶は木型のことであり、それでテーブルサッカーのイレブンも木型であるので人間ではないから、人間を一足踏みはずしたところから上達がはじまるので、三次元であるのにヒジョーに高度な二次元の精神のゲームとなるので……楽しい。楽しいから好きなので、簡単だから奥が深く、女性も含めて奥をさぐるのは勉強になる。勤勉ということは素晴らしいことで、単純だから複雑というゲームの極致に魅せられてしまうのら。

（こんな頭の状態ではゲームに勝てるはずがない。）

小田原好青年に礼と失礼をわび、表に出る。

そういう意味では、このアメリカ村は、まだまだ開拓時代に入ったばかりだ。

街と呼ぶには、あまりにも未成熟であるにしろ、ここに若者が集まり始めた事実は大きい。

眼新らしさとか物珍らしさだけでは、決っしてないだろう。

少なくとも、今は、この村に「アメリカ」というポリシーが大切にされている。

ただこのポリシーがこれからも唯一の憲法であり続けることを祈る。

ウェストコーストとかカルフォルニアとか、ファッションの大きな流れの一つは、なんといってもアメリカだ。当世言語でいえば、イマイのだ。

この流れがいつかヨーロッパとかアフリカとかバチカンとかに変わったとき、村民が眼先の損得だけで、アメリカの衣裳を脱ぎはじめようとした時に、危機があるような気がしてならない。

心斎橋のブティックや、あのパルコでさえもこの村から生まれた商品を取扱っている。

わずか三、四坪の店の集まりの村から、流行したものを、この世界では、たかだか月商二、三百万円の小さな店から生まれたものを、コピーして、量産して売っているのだ。

もとより大袈裟を承知でいえば、マイナーがメジャーを動かしはじめているのだ。

流行はめまぐるしく変わるだろうが、少なくとも「アメリカ」というアイデンティティの枠の中でだけ変化させ、建国記念日を毎年祝って欲しいものである。

人通りも増えてきた、一人歩きの女性が男性のそれよりも眼につく。

テクノもサーファーも、男の子たちは群れて歩き、女の子はそれぞれ、足早に、目当ての店へ向かっている。

そろそろ陽も落ち、原色のネオンがひときわ、この村を生き生きとさせている。

その明るさの中で、民家やビルや塀や路地が、ひっそりと隠れ、村を浮き上がらせている。

この無彩色の建て物もいずれは、ネオンで飾られたブティックや喫茶店になるのもそう遠いことではないだろう。

過去、現在、未来
常に
高度の技術とアイデアで、
業界に奉仕する。

株式会社
エポック商会
大阪市城東区蒲生1−1−17
（吉川ビル）
06-932-2661㈹

ゲーム場の転換期？

'83年以後の繁華街ゲーム場の形態はどう変化・推移していくのだろうか。

約10年前、スロットマシンやペニーホールなどの欧米ギャンブルマシンをアミューズメントオンリーのメダル機として遊ばせる特殊日本的なゲームシステムがシグマ社において実験・開発された。それ以後、日本のAM業界において繁華街ゲーム場は大きなマーケットを占めてきた。また、それはそれまでは子供対象のマーケットであったのをヤング・アダルトにまで拡大し、今日のAM業界の隆盛をもたらした最大の功積者とも云える。

が、この繁華街ゲーム場はインベーダーの異常ブームを経過し、その後ビデオゲーム一色に塗り潰され今日まで来たが、ここに来て一つの大きい転換期を迎えていると云えるのではないだろうか。

その理由として一つにはゲーム内容においてあまりにも似かよった同型異種のビデオゲーム機の氾濫があげられる。テーブル型ブロックゲーム機によって、突如出現した喫茶店等のアダルトシングルマーケットはそれまでほとんどゲーマ機遊びに無縁だった一般大衆を巨大なゲーム人口と化した。その功積は大だが、同時に繁華街ゲーム場にとってはそれまで持っていたレジャー商品としての特性を著しく損う結果ともなった。ビデオゲーム遊びはわざわざ繁華街に足を運ばなくとも身近で遊べる商品と値下りしたと云える。

そして今後、それ以上に決定的な影響を及ぼすと予想されるものに、家庭のテレビにつなぐだけで、ゲームのほかにパソコン操作もできる新製品の登場である。

現在、日本では昨年秋頃から、玩具業界や電算機メーカーが新製品を次々と発表した段階であるが、今年度以降、各社とも新製品の開発にしのぎを削るホットな商戦が予想されている成長産業である。この分野では先輩格に当るアメリカでは全米八千三百万世帯のうち、すでに七世帯のうち一世帯に家庭用ビデオゲーム

Amusement Royals
05628-4-0909
AM10:00~PM10:00
ローヤル商会
〒470-21 愛知県知多郡東浦町大字緒川字竹塚8-40
東海営業所0562-34-9584 京都営業所075-441-3834

繁華街

機が備えられており、年間市場は四〇億ドルと云われるビッグ産業に成長している。

ここ数年間、オペレーターはニューゲームの基板を次々と買い変えることでなんとか売上げを維持して来た。が、この家庭用ビデオゲーム機が普及すれば事態はどうなるだろうか。〝誰も似たようなゲームに百円玉を注ぎこんでくれなくなるのでは!?〟。このオペレーターにとっての〝悪夢〟は非現実と一笑に付すことができるだろうか。

このほか、〝転換期〟を予想させる大きな要因としてこれは繁華街ゲーム場に限らないが、AM業界にかってない衝撃を与えた昨年以来の〝ポーカー賭博機事件〟があげられる。

この警察機構汚職とミックスされることによってマスコミの異常注視を浴びた〝ポーカー賭博機事件〟はそれ以前から根強くあった〝ゲーム場＝青少年非行の発生源・悪の温床〟のイメージを当分払ショクすることが困難なまでに強化し、著しいイメージ低下を招来する結果となった。

このほかにも種々、〝転換期の要因・徴侯〟をあげることが可能だろうが、それではこの危機的状況のなかにあって〝新しい進路〟は何拠にあるのか。また、どのような模索が可能なのか。

繁華街ゲーム場が誕生して十年。これまでもメダル機ブームの急激な衰退という危機を経験したがそれもビデオゲーム機の新登場によってまさに見事に乗り切ってきた実積を持っている。

繁華街ゲーム場の〝新しいコンセプト〟はまだ、実態として未明のなかにある。が、国や社会の無保護はもち論のこと、むしろ迫害視・差別蔑視のなか、鋭意のオペレーターが創意工夫で今日の姿を築きあげたのである。

現在も企業現場において各々、ケン命の企業努力が継続中と考えられるが、癸亥（みずのとい）の年である'83年の新年号に似合しい二つのオペレーターの〝新規店オープン事例〟をご紹介しよう。

一例はメダルゲームの創始社として夙に有名な㈱シグマの「全館ゲーム場・池袋ゲームファンタジア」。もう一つはコンソリーテッド通商㈱による「脱ゲーム・ドリンクカルチャーとゲーム機のブレンド店・パニックザゴリラ」。これら二例は東京・大阪の二大都市でほぼ同時期の昨12月にオープンした。

過去、現在、未来
常に
高度の技術とアイデアで、
業界に奉仕する。

株式会社
エポック商会
大阪市城東区蒲生1−1−17
（吉川ビル）
06−932−2661㈹

シグマ社 池袋 ゲームファンタジア

東洋一のノッポビルや巨大新市街地の誕生で有名なサンシャインシティに通ずる通称60階通り。渋谷に続く新興街として最近注目を集めている池袋東口のキングスロードだ。この60階通りに昨年12月15日、地上三階、地下二階の全フロァがすべてゲーム場という日本初（世界初？）の大規模ゲーム館「ゲームファンタジア」がオープンした。

㈱シグマ（東京都渋谷区・真鍋勝紀社長）の35番目の店舗である。

「リッチなトータルスペース」をテーマにした同館はいわばこれまでの20年間のシグマ社の集大成とも云えるがこのような大型店舗出店の企画意図について同社の真鍋社長はこう語る。「出店戦略は一貫して大型志向。繁華街の立地で質・規模ともに常に地区一番店を目指してきた」。

専業オペレーターとして積みあげて来たゲーム場運営のノウハウに対しては絶体の自信を持つ同社長はまた「今回は240坪だが、300坪でも400坪でも集客できる自信がある」とキッパリと言い切る。

同館はそれまでは釣り堀を一時営業していた休眠同然のビルを二億円をかけ改装したもので、テナント契約交渉開始から三ヶ月というスピードオープンだ。

フロァ別にレイアウト内容を見てみるとメインの一階は同社の主柱であるメダルゲームフロァ。同社開発の大型競馬ゲーム「ザ・ダービー」（10人用）を中心にスロット、ペニーフォールなどのメダル機で機種構成されている。（メダル10枚300円）

二階はヤングアダルトが対象のビデオゲームフロァ。もち論ワンゲーム100円の料金設定だ。

三階は同社独自の企業努力を積みあげ、ビンゴファンを開拓・育成してきた「ビンゴフロァ」。これが七店舗の出店だがこのビンゴゲーム専門店は日本はもち論、世界でも見られないユニークな試みだ。

一方、地下一階はビデオゲームフロァだがワンプレー50円。地下二階は卓球台コーナーやスポーツ機器のアスレチックフロァ。ゲーム機の設置台数は合計220台。

リッチなトータルスペース

外装は同社テーマカラーであるイエローで明るさを強調。内装は各フロァ別のテーマカラーと間接照明で独自性を打ち出している。また、多層階は客の動入・移動がポイントとなるが同館では大型ラセン階段で各フロァに直接出入できるように工夫されている。

ビル丸ごとゲーム場

前述したように繁華街ゲーム場が〝一つの転換期〟を迎えていると仮定すれば、この「池袋店」は何を教示しているだろうか。

同館のメイン機は一階の中央に置かれた10人用の「ザ・ダービー」だ。が、これは今回新しく製造されたものではなく、数年前同社が独自製造したものだ。同機は既に減価償却も了っている（？）だけにこの主役機の配役はここ数年の業界の生産実態を奇しくも表徴しているかのようだ。

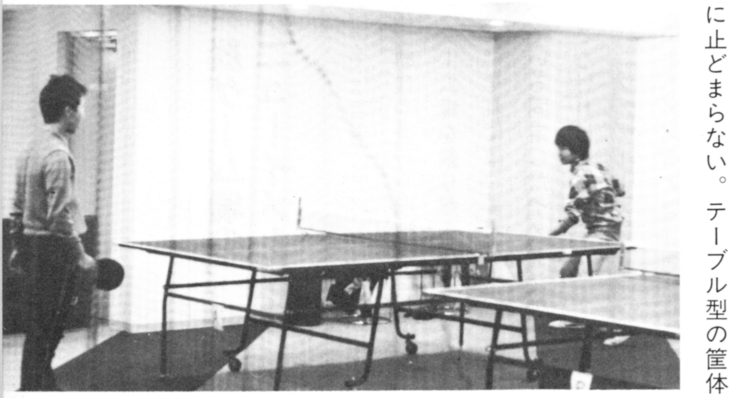
事実、真鍋社長は「このような大規模店ができればゲームマシンのイメージもその器に合った新しいコンセプトが求められるようになるだろう。その意味ではメーカーの開発意欲を刺激する効果も期待できるのではないか」と発言する。ワンフロァを全部使った超大型機の出現は遠い先の夢だとしても家庭用ゲーム機の大量販売がすぐ目の先に倒来している現在、早晩、現在の基盤交換によ

るビデオゲーム場がプレーヤから見捨てられることは確実と云えるのではないだろうか。

だとすれば、新しい業務用ゲーム機の誕生が待望されるが、その内容はどのようなものになるのか。

あるメーカーの開発マンはこう語る。「新しいプログラムの開発分野ではおもちゃ業界や電算機メーカーに追いつかれるのは時間の問題でしょう。やはり、メカトロニクスマシン。他の先端技術を取り入れた高度ゲームマシンの開発生産だと思います」。

事実、大手メーカーの開発志向はその方向に進んでいるようだが、「ことは新しいニューマシンの開発だけに止どまらない。テーブル型の筐体をはじめ、いろいろな面で刷新が求められている」とはある業界識者の声だ。



真鍋社長は最後に次の言葉で今回のオープンの言葉をしめくくる。

「意気ごみとしてはこの店を足場にゲーム場のニューエージ（新時代）を切り開きたい」。

コンソリー社 大阪 パニックザゴリラ

大阪にオープンした「パニックザゴリラ」はコンソリーデーテッド通商株式会社（本社大阪市淀川区、高桑修代表取締役）直営の大阪・南のえびす橋店。

「パニックザゴリラ」はコンソリー社経営の「スーパーマン」を改装、店名も改めての再スタートである。

が、この「スーパーマン」は、数々のユニークなイベントやディスプレイなどで常に話題を集めていたゲーム場である。

従業員にカラテ着を着せて店頭機「ザ・カラテ」の売上げをキョウイ的に伸し、他店ではお飾り程度になっていた「パンチボール」をニューマシン顔まけにまで〝活用〟していたのも同店であった。

また、ドイツの名車、フォルクスワーゲンを横真二つに切り、ワーゲンが半分、店内に突っ込んでいるかのようなショッキングディスプレイも人気を集めていた。

今回の「パニックザゴリラ」はその「スーパーマン」の知名度をあっ

演出されたゲーム場

さりと捨てさってのオープンである。

「パブスナック、ディスコ、プラスゲーム場の雰囲気を合わせ持つ、全く新しい若者たちの空間」（吉川店長）を狙ってつくられただけに、同店にはパブスナックにあるのと同様の本格的なバーカウンターが設けられてある。

「ゲーム場の中にあるスナックだからといって、ゲーム機の付け足しのようなものにはしない。接客する店の者にもアメリカンパブのイメージを強くアピールできるファッションを取り入れ、時代を先取りしたゲーム場にしたい」（吉川店長）と従来のスナックプラスゲーム場を超えた店づくりを目標にしている。

また、店内に流れるBGMも思い切ってボリウムを上げ、ディスコ感覚の演出を取り入れている。

同店オープンの動機を吉川店長に聞いた。

「今は、時代の流行から離れたゲーム場であってはダメだ。ただ単に最新のゲーム機を並べて置いておく

脱ゲーム場のニューイメージで

だけでは若者にアピールしない時代だ。時代や流行を反映させた個性的なゲーム場を創りださなければならない。それには、まずゲーム場が持っている固定したイメージから抜けださなければならないだろう。

パニックザゴリラも、この考えを基にオープンさせた。客にあたえるイメージはパブスナックであり、ディスコであって、その中にゲーム機があって遊べ楽しめるといった風にもっていきたい。

〝脱ゲーム場〟のイメージづくりをパブスナックやディスコの演出力でやろうとしているわけだ。だが、それはあくまでも経営上のテクニックであって、当然ながらゲーム機からの売上げを主に考えている」

現代若者を、いかにゲーム場に数多く来店させ、また店内滞在時間を少しでも長くするには、現代若者風俗と密接で濃厚な関係を保たなければならないとの吉川店長の指摘は当然であろう。

今日まで〝ゲーム場プラススナック〟〝ゲーム場プラスファーストフード〟などは時代の流行を取り入れてはいたものの風俗の領域にまで足を踏み入れたものはなかった。

もはや、〝最新のゲーム機あります〟ではなく〝最新流行の風俗を取り入れています〟がゲーム場のキャッチフレーズでなければならない時代なのであろう。

見渡せば、他産業ではあたり前のこととして、ひと昔前から積極的に時代の風俗を取り入れてきているのである。

ファッション。飲食。スポーツ等例をあげていけばきりがないほどである。

若者を主なる客層としてきたゲーム場が、これまで、こうした積極的な経営努力を問われなかったのは、いうまでもなくインベーダーブームのおかげであって、それによる〝財産〟で今日まで食いつなげてこれたのであろう。

ビデオゲームの氾濫、家庭用ハンドゲームの普及、PTAなどのゲーム場排斥運動と決して明るい展望が見える時ではないが、東京、大阪でオープンしたこの二つの新しいスタイルを持つゲーム場は〝ゲーム場新時代到来〟の予感を抱かせてくれるに十分なパワーを秘めてオープンした。

謹告

平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、昭和五十七年十二月八日、東京後楽園ホール、同九日、新大阪センイシティでの'82年歳末特別新製品展示会において、弊社が発表いたしましたビデオゲーム「SUPER LOCOMOTIVE」(スーパーロコモーティブ)につきましては、各位より絶大なるご好評を賜り厚く御礼申し上げます。

本ビデオゲームは弊社が独自に研究、開発、製品化したものであり、従って本ビデオゲームを弊社の許可なく無断で模倣したり、これに類似する商品を、製造、販売、輸出入したり、またこれらの機械を設置して使用する等の行為は、著作権法、工業所有権法、不正競争防止法等に抵触し、弊社の正当な権利を侵害することになりますので、これらの行為のないよう十分なご配慮をお願い申し上げます。

なお万一、違反行為があった場合は、弊社は断固たる態度でそれに対応する所存でございますので、ここにお知らせいたします。

当業界の健全な発展のため、各位のご理解とご協力を重ねてお願い申し上げます。

昭和五十八年一月

東京都大田区羽田一丁目二番十二号
株式会社 セガ・エンタープライゼズ
代表取締役 中山隼雄

謹告

平素は格別のお引立を賜り、厚くお礼申し上げます。

このたび弊社が発売致しました、ビデオゲーム機「JOYFUL ROAD・ジョイフルロード」は弊社が独自で開発致しましたオリジナル製品であります。

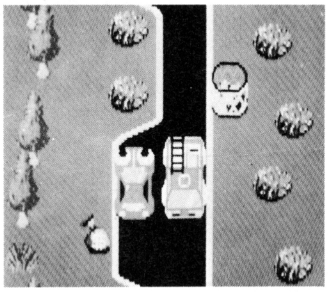
従って、このゲームを無断で模倣、またはこれに類似するゲーム機を製造、改造、販売、輸出する等の行為をすること及びこれらの機械を使用して営業することは、著作権法、工業所有権関係法、不正競争防止法等に抵触し弊社の正当な権利を侵害することになります。

つきましてはこれらの行為のないように充分にご注意賜り業界の秩序の維持と健全な発展のために皆様の御協力をお願い申し上げます。

昭和五十八年一月

大阪市淀川区東三国六丁目一番四五号
株式会社 新日本企画
代表取締役 川崎英吉

大阪市淀川区東三国六丁目一番四五号
株式会社 エスエヌケイコーポレーション
代表取締役 川崎英吉

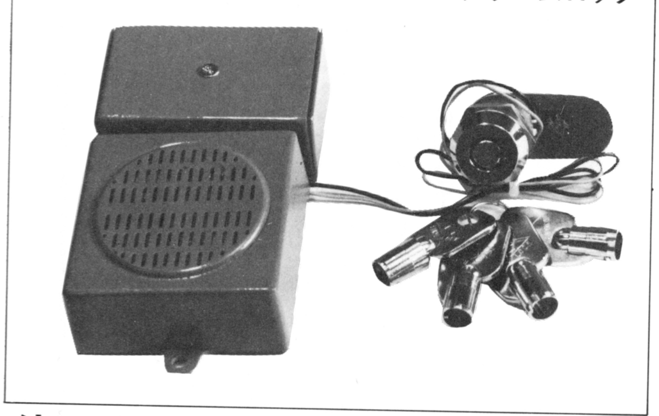


遂に登場 警報装置付

アラームロックI型、II型シリーズ!!

好評発売中

特許No.124163・No.102456
実用新案 第1431955号


アラームロック

1)アラームロックI型(こじ開専用)

○盗難を未然に防止出来ます。
○取付が簡単(従来の八万ロックと同寸)
○電源が独立していますから、停電でも正しく作動します。

2)アラームロックII型(ピッキング検出、こじ開防止用)

○アラームロックII型は違った鍵や万能キー、針金などであけようとすると、ただちに警報が鳴り、あなたに異常を知らせ、犯罪を未然に防ぎます。

ドアをこじ開けても警報が鳴ります。

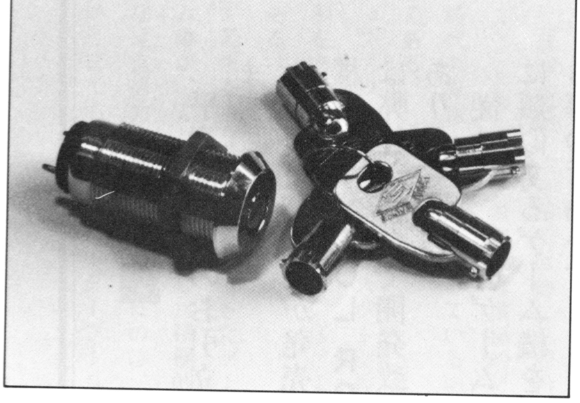
使用場所…各種ゲームマシン用金庫、ロッカーキー、(サウナ、ゴルフ場)。ルームキー、各種自動販売機。

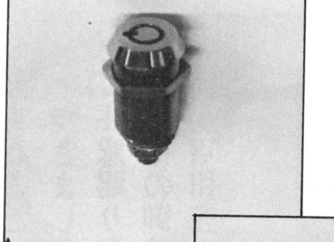
総発売元 Bally® **バーリーサービス株式会社**
BALLY SERVICE CO.,LTD.

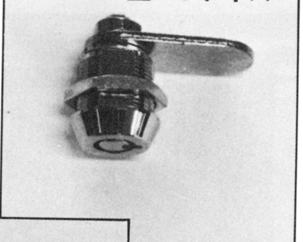
本　社 大阪市南区高津町4番丁87番地1
〒542　電話 06(213)5255(代表)
東京支社 東京都港区東麻布3丁目8番10
〒106　電話 03(582)0857(代表)
テレックス J24523 BALLY POND

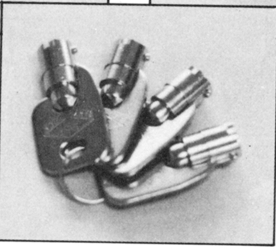
ター、高精度な品質を保証

キーコードはコンピューター管理による。カスタムサービスを採用。

S1001-1A　スイッチロック


ST－7型MLサイズ


ST－7型MSサイズ




S1001-1A

90° 1ヶ所抜 OFF-ON)鍵違、同番

S1001-2A

90° 2ヶ所抜 OFF-ON)鍵違、同番

営業品目

○アラームロック　○八万ロック
○スイッチロック　○南京錠

株式会社 **三友ロック**
〒201 東京都狛江市和泉本町3－23－26
TEL 03(480)1321(代)

揺れ動くスペイン市場

—サダ'82の印象—

コインスロット紙
デヴィッド・スヌーク

スペインの業界は今、生き残りのために必死の模索をしている。いうまでもなく、Bマシン禁止(最近緩和の兆しが見えてきたが）の余震が続いているからである。昨年十二月に開らかれたサダショーから、スペイン市場の動向を占ってみた。尚このレポートは、コインスロット12月11日号に掲載されたものである。

スペインの業界がショックをうけているなかで亘例のサダショーが開らかれた。しかしこのショーには或る種の翳が投げかけられていた。

ブームの'81年が過ぎ去って、調和のとれた時期にさしかかった今年初め、スペイン政府は気まぐれなラテン気質まる出しで、Bマシン（英国のAWPに相当するフルーツマシン）を禁止した。Bマシン解禁から僅か十カ月である。

スペインには約一万人のオペレーターがいる。彼らはBマシンがまたもや禁止されるまで、かなり大きな利益をあげていた。今回のサダショーは、彼等がフルーツマシン以外に、何かオペレートできる機械をさがす機会だった。

障害

いまスペインではバーにBマシンを置くことができない。これはオペレーターの利益に対して牙をムクようなものだ。しかし、まったく置けないという訳でもない。既に現在設置している機械は例外だ。ライセンスをとっているものはそのまま使用できる。謂うまでもなくそれは、法令が改訂されるまでの臨時措置である。しかしはっきりしているのは、新しいモデルに入替えができないことだ。だから、こんな現象が徐々に進行すると考えられる。つまり機械が段々古くなり、パッチワー

クのようにつぎはぎだらけになってしまうことである。

Ｂマシンはビンゴホール、アーケード、カジノでなら使用可能だ——但し、いずれも数が少く、バーが最も大きな市場である——。だが現在、それらのロケーションに設置されている機械が非常に興味を惹くか、というとそうでもない。それからＣマシン、これは相変らず許可制である。

十二月二日ショーが始った。このショーから何を感じとるべきか？

一年前、二五〇（推定）のメーカーが出現した。当時Ｂマシンは二五万乃至四〇万台の需要があった。Ｂマシン公認の法令がはずされたとき、約六十社が生き残るだろうと考えられたが、そのうちで従業員を増やしていくだけの能力があるのは四十六社に過ぎない。こうした情勢をどう打開していくか。それが今回のショーと併行して行われた会議のテーマでもあった。

独自性

Ｂマシンは今、ビンゴホール、アーケード、カジノ以外にマーケット性がない。これらのマーケットに対しＢマシンのメーカーがさかんに攻勢をかけている。そこで生き残ろうという戦略だ。尤もこれは誰れにでも解ることではあるが…。

一方ビデオゲーム、こちらは制限がない。そして徐々に活気が戻ってきている。

しかしビデオには大変な問題がある。スペインだけでなく、ヨーロッパ全体の問題なのだが、此処でもやはりコピーが頻繁だ。しかもスペインの著作権法は随分時代遅れであり、裁判に長い時間を要する。今回のショーでもアタリ、セガ、ミッドウェイのコピーが会場に溢れていた。

たとえば**フライボーイ**という名前の機械が出ていた。同じキャビネットに、アタリの**ファーストフレディー**、**ディグダグ**、ウイリアムスの**ムーンパトロール**、コナミの**ストラテージX**等の基板（デッドコピーと思われる）を嵌込んでいるだけである。

セガの**ペンゴ**は七種類くらいのデッドコピーが出ていた。**チェックマン**、**タツマニア**も同様である。

セガ社のビッグ・レスリー氏はこう語る。「我々はスペインのメーカー、ホビー・プレイと**ターボ**に関して契約を結んだ。**ペンゴ**についても交渉中だ。我々がスペインへ一番はじめに持ってきた機械は**ザクソン**だが、**ジャクソン**という名前でコピー製品が堂々と販売されている。スペインの法令では取締ができないからだ。私の目の前で、コピーヤーが我々のゲームを売っているのを、黙って見ていなければならない始末だ」

しかし彼自身、スペインのビデオ市場はまだまだ伸びると考えている。特に今の法令の下では、Ｂマシンが一台でも置いてある場所には、十八才未満の未成年者は立入禁止だ。スペインはヨーロッパの中でも非常に大きな観光マーケットである。そのなかにも十八才未満の未成年は数多く居る。だから、もしオペレーター達が彼等のことに知らん顔するとすれば、それはビデオ市場にとって、大きなロスになるだろう。

局面

「話をターボに戻そう。スペインでの我々のビジネスの中では将来性があると見ている。何故なら**ターボ**はスペインでとても大衆的なゲームだからだ。そしてすぐれたドライブゲームはいつでもそうだ。

これまでドライブゲームで最高だったのは**モナコグランプリ**だ。だけどこれはもう古くなってしまった。多くのロケーションはリフレッシュのために**ターボ**に買い換えるだろう。そして現在、セガの名前はセガサと間違えられることはなくなった。

セガサはスペインのディストリヴューターだが、今回はソニックと名前を変えて出展している。」

当のセガサのコマに訪れてみた。**プッシャーマン**というペニーフォールの機械を置いている。一プレイ・二十五ペセタ。六人用のゲームだ。ビデオゲームでは**ジャングル・キング**、**ゴリラ・ジュニア（ドンキーコング・ジュニア？）**などを展示している。

その隣のアーフィック社は、このシ

GAME
あらゆるゲームマシンなら
HILLSIDE AMUSEMENT
ヒルサイド　アミューズメント
〒231　横浜市中区山手町９－３
電話０４５（６８１）３１１０

ヨーで唯一プールテーブルを出展している。これは六角形のユニークなものだ。多分スペインでは、こんな変った形のプールテーブルがウケるのだろう。

英国のエース・コイン社のパトリック・ウォッフルマンがショーに来ていた。**マルティ・パーポス3000**という機械を展示している。これは日本のユニバーサルが七、八年前に発表した**アプリケーション**を今日的に改良したものだろう。こういうふうにフルーツマシンとしてリバイバルしたのである。

キディライドはレーベン社が二、三機種出展していただけだ。いずれも小型で創造性に乏しい。

サダショーとしてははじめて、バッキンブルタイプの乗物機も出ていた。数年前、米国で開発された機械である。残念ながらスペインでは、牛は乗るものでなく殺すものだと相場が決っている。民族性の違いから考えてこの機械には限界があろうと思われる。

或るオペレーターはこうも言った。

「安全面に要するスペースを加えたら、この一台分で二十台のビデオゲームが置けるヨ」。

英国からはセンチュリー・エレクトロニクスも出展している。社長のパートナー、ピーターズ・ロビンソン氏が乗込んできて強力な売りこみをやっている。同社のCVSは二つのスタンドに出ていた。先づ公認のディストリヴューターであるノヴァトロニクス。それからノルウェーのディストリヴューター、ノリコおよびバルセロナのMMCの共同スタンドである。

だがノリコ社のハロルド・バージ氏は、今回のサダショーではCVSのプロモーションをしているのではない。それはノヴァトロニクスの仕事だ。我々はキャビネットを販売したいのだ、と語った。

ノリコはCVSのキャビネットだけでなくあらゆるビデオゲームと、スペインのカジノで使われている各種マシンのキャビネットも生産している。それらのなかで特異なのはユニットシステムだ。これはキャビネットと中のシャージが外れるようになっている。シャージは四本のボルトで固定しているだけだから、シャージだけ取り外して車にごっそり積みこむことができるのである。

「キャビネットは置いてゆけばいい」ハロルド・バージ氏はこう言う。「中のシャージだけで持ち運びできるのだから、ワゴンカーにだって詰めこめる。カクテルタイプとアップライトタイプの中味を交換することだってできる。モニター自体の角度も縦横自由に変えられるんだ」。

システム

このキャビネットは、ノルウェーでCVSゲームシステム用に仕上げられたもので、同システムとぴったり合い、作業しやすく作られている。

パナスコープを用いて、スペインのカジノ向きに作られた**インペリアル**と呼ばれるマシンも展示していた。これは同社の系列会社として、バルセロナでオープンしたばかりのMMCが開発したものである。

ハロルド・バージ氏は、このゲームを数カ国で使う計画があると言う。勿論、国情にあわせて二、三の手直しはする。英国のクラブ用には、パナスコープでなくリールを使うのである。

もう一つCVSを展示しているノヴァトロニクスは、アントニオ・マッチ氏とその仲間達が、**コスモス**、**ディガー**、**ウォルストリート**を華やかに飾り立てていた。同社はまた、自社開発になるビデオシステムを展示している。ギャラクシアンボードを再生した**チェックマンゲーム**である。

ウェルウィンガーデン市のスタッグ社が開発したPROMプログラマーも興味をひいた。

スペインの大手ホビー・プレイ社はセガの**ペンゴ**と**ターボ**、ザッカリアのピンボール**チャンプ**、それと同じくらい人気のあるパナスコープのフルーツマシンを出展していた。

同じく大手のリセル・ペタコ社はアタリの**カンガルー**をホクトロニックのスタンドに出している。

しばらく会場をまわっているうちに、一体どの製品がコピーで、どの製品が合法的なものなのか殆ど判断できなくなった。

同様に画面を詳細に見てもセガやウイリアムズに似た名前が二、三でてきたり、製造メーカーの名前が鮮明に出ていないケースもあった。

GAME
あらゆるゲームマシンなら
HILLSIDE AMUSEMENT
ヒルサイド　アミューズメント
〒231 横浜市中区山手町9－3
電話045（681）3110

ビデオジュークボックスが、ディストリヴューターのＮＳＡと共同スタンドを持ったＶＩレジャーから出展されていた。英国の企業はざっとこんなところである。そしてどこの企業が開発したものであれ、漸新なマシンと言えるのは一つもなかった。たとえ着想においては興味をひくものはあったにせよである。

ハイパーボールのタイプが出展されたのはサダでは初めてである。しかしこれを出したのはウィリアムズでも、そのライバルであるバリーでもなかった。スペインのニエマである。**ハイパーボール**よりハンドルの具合は良いが、実際に遊んでみると全然面白くない。また、よく似たゲームがリセルから**スーパーミサイル**の名前で出ていたが、初日から電気が切れたままだった。

多様性

ノヴァトロニクスのスタンドへ来るまでは一度も見たことがなかったけれど、新しいビデオゲームの**モールアタック**は気に入った。これは日本の子供用につくられたアーケード機、モグラが穴から頭を出すと、小さなハンマーでそれを叩くというのとは少し種類が違う。

コスタ社からは**ペンゴ**が**ペンタ**という名前で出されていた。キルサ社からは**ポップコーン**である。此処で予期せぬ人物に出会った。スターポイント社のジョン・クレッグ氏である。彼は**スターワン**というカジノマシンを販売していた。この機械はスターポイントのリールメカニズムとスタートボタンを使用している。英国人としては非常に快いことだ。

プレイマティック社はビデオゲーム**ナイトメア**（悪夢）を出している。これは迷路ゲームの一種で、追いかけてくる蟹から逃げながら、魚の骨や古いブーツを食べて得点をあげるゲームだ。ネーミングがぴったりだと思う。

アミューズメントマシン
娯楽機械の
総合販売

株式会社 西部レジャー
〒812 福岡市博多区吉塚3-31-65
PHONE 092-611-6353(代)

プレイマティック社はまた、ピンボールも展示している。４人プレイ用の**スペイン'82**に人気があるようだった。

生残り

サダ'82の印象は一言でいって「サバイバル」（生き残り）である。世界中のアミューズメント業界の中で、この国ほど生き残ることに必死になっているのを見たことがない。

彼らは在庫のＢマシンを、ビンゴホールやアーケードにバッタ価格で売り捌いている。また噂によれば、在庫の一部を南フランスに持ちこんでオペレートしているらしい。仮に一カ月で挙げられたにしても、スペインで機械を売ってしまうより利益があるという。

彼等は、セガ、アタリ、スターン、ウイリアムズ等々のゲームをコピーするのに馴れている。また、アリストクラフトやバリーのスロットマシンの模造のキャビネットが数珠つなぎに置いてあるのも目撃した。

一年前、スペインのメーカーは契約が履行できないくらい受注簿を真黒にして、その状態にたんのうしていた。しかし死物狂いの時期はそれに見合った尺度が要求される。今日スペインのメーカーはどんな取引であろうと、自分の手の届く範囲であれば、僅かな慰めのパン屑にも飛びつくのである。そのような商行為が結局、自分自身を断崖の絶壁に追いつめることになるとしても…。それすらを彼等は「サバイバル」と言うのであろう。

危険性

十余りのスペインのメーカーがＡＴＥに出展してくるだろう。彼等は非常に手強い競争相手になる。英国向けの機械を開発するだろうし、またそれを持ち込むだろう。そして英国のメーカーが太刀打ちできないような価格をつけるに違いない。

一方的な貿易の中で、スペインのメーカーは可能な限りの試みを行うだろう。英国のメーカーはスペインを過少評価してはならない。彼等はＡＴＥのカラーを変えてしまうかもしれない。丁度、サダショーのカラーを変えてしまったように。

ASTROCRAFT

宇宙(そら)からのメッセージ

西洋占星学に基づき、星の動きを自動的にキャッチ、週毎に運勢を科学的に分析、プリントアウトします。

糸川英夫博士とそのグループが開発した大型コンピュータによる星占い「アストロクラフト」をミニサイズ化。だから、スリムなボディに豊富で細密な占い内容です。

1人占いor相性占い？

操作は簡単です。占い内容は1人占いか相性占いを選び、さらに項目別に選択してください。

本体のみ／横幅：280mm
奥行：313mm
高さ：362mm
重量：13kg

アストロクラフト

テーブル型(ボディ)

18インチ筐体

楽しくゲームをプレイするには、やっぱりボディが肝心。オペレーターとプレイヤーの声をいかしてつくられた機能重視の筐体です。

- 完全実装、配線済でお手持ちの基板がすぐに使えます。
- モニターは14インチ、18インチで交換可能。たて、よこ兼用です。
- コントロールパネルは、一般標準型。
- レバーは、2・4・8方向兼用。
- ダブルコインセレクターは取付可能。（1ヶはメクラ板）
- 中間コネクターは、60ピンを使用。
- 大型基板も収納可能。
- 電源容量もアップ(6A)。

より使いやすくなって
新登場!!

※14インチ筐体も
好評発売中

仕様：横/860mm，奥行 560mm，高さ/610～760mm，重量/55kg，容量 100V：100～200W，取付可能基板/350mm×440mm×90mm

---

International Rental Electronics Machines
irem
アイレム株式会社
IREM CORPORATION

■本社／大阪府松原市西大塚1丁目3番29号　TEL0723(32)4751(販売部)
3-29, NISHIOTSUKA 1-CHOME, MATSUBARA, OSAKA, 580
PHONE:0723(33)5451　TELEX:63074 IREM
■東京販売／東京都台東区池之端2丁目4―16　TEL03(824)2601(代表)
■松原工場／大阪府松原市西大塚1丁目5―16　TEL0723(36)1174(サービス部)

アイレムはこれからもお客さまの要望に応える有力機種を発売してまいりますのでご期待下さい。
以上のメダルゲーム機の設置運営につきましては、ゲーム場運営基準を守ってご使用下さい。

あらゆる電子パーツからキャビネットまで…
VIDEO·GAME
VIDEO·GAME
FOR GAME MACHINE
PARTS & CABINET
ゲーム機に関するあらゆる部品を取り揃え
ユーザーのご要望にお応えします。
新製品の開発・製造を行なっている当社の豊富
な経験を生かし、優れた品質と高い信頼で
お届けいたします。
11月1日より、本社が下記住所に移転致しました。今後共、
一層のご愛顧ご支援を賜りますようお願い申し上げます。
SNK
株式会社新日本企画
SNK ELECTRONICS CORP.
本　社　大阪市淀川区東三国6丁目1番45号　〒532　☎(06) 396-1621(代)
東京支店　東京都台東区浅草橋5-4-4ジュエル秋葉原　〒111　☎(03)866-6175(代)
福岡営業所　福岡市博多区博多駅東3丁目3-16川清ビル304号　〒812　☎(092)471-8612～3
むつ営業所　青森県むつ市新町12-4　〒035　☎(01752)2-7780
東大阪営業所　東大阪市吉田7-2-35ホワイトシャトー1階　〒578　☎(0729)65-0533
3043 Kashiwa Street, Torrance, California 90505 Phone: (213) 539-2744

ヴィデオゲームはショッキングでハッピーだ。
プロピューター
ワイピング
対局花ピューター基板セット
省力・自動・合理化機械・販売・リース　総合商社
太東商事株式会社
TAITO SHOJI CO.,LTD.
東京本社　東京都渋谷区代々木2丁目6番8号
〒151　中島第1ビル7F　TEL 03—379—7322(代)
山梨工場　山梨県東八代郡石和町四日市場1718
〒403　TEL 05526—2—4718(代)
HEAD OFFICE
NAKAJIMA DAIICHI BIDG., 2-6-8,
YOYOGI, SHIBUYA, TOKYO.
PHONE 03(379)7322

株式会社ユニエンタープライズ
Uni Enterprise CO., LTD.

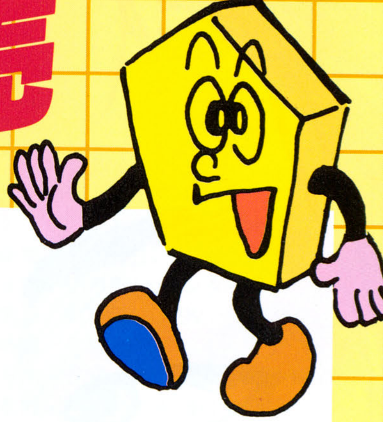
東京／渋谷区代々木三丁目24番3号 ☎03(370)0331㈹
東北／仙台市若林一丁目10番12号 ☎0222(86)9611㈹

●OVERSEAS DEPARTMENT OFFICE 3-24-3, UMEMURA BLDG. 5F Yoyogi Shibuya-ku, Tokyo, JAPAN 151
PHONE: TOKYO(03)370-0331 TELEX: 852821 UEPCOL J CABLE: SENDAI "UEP" FAX: 03-370-2071

アミューズメントの新しい星「本将棋」ゲーム

将棋

中級者用も新発売



「本将棋」のコンピューター対局プログラム遂に完成!!

ジャンピューターを先に開発しました弊社では、それにつづく息の長いTVゲームとして、このたび「本将棋」のコンピューター対局プログラムの開発に成功しました。子供からお年寄りまで日本中の将棋ファン待望のゲームといえましょう。この「本将棋」ゲームは詰将棋とことなり、序盤・中盤・終盤と大きく分かれてプログラムされており、あらゆる打ち手に対応でき、「本将棋」のダイゴミが味わえるマシーンです。

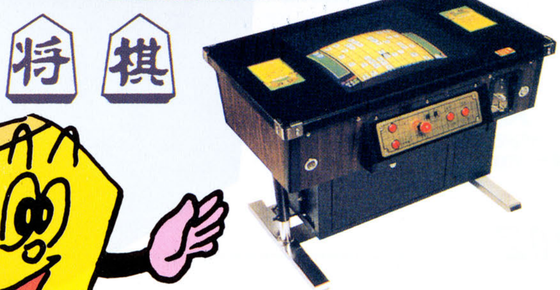
また、PARTⅡは、コンピューターに勝った場合、以後①角落ち、②飛車落ち、③飛車・角落ち、④飛車・角・香車落ちと除々に難度が増していく中級者向きのゲームです。このゲームは最高連勝記録と最少勝ち手数が画面に表示されます。

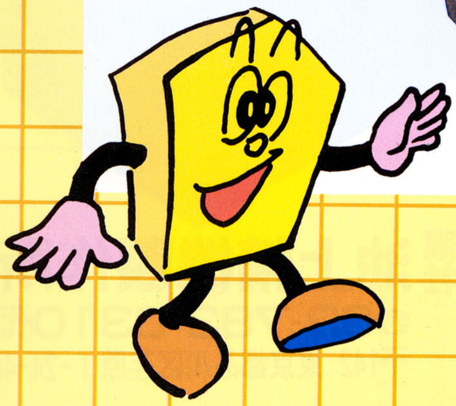
本将棋ゲーム

あそびかた

1. 8方向レバーで□(カーソル)を動かしたい駒に合せて 決定 ボタンを押して下さい。駒が点滅しますので、次にレバーで駒を移動させ、もう1度 決定 ボタン(成る時は 成り ボタン)を押して下さい。
2. 持ち駒を打つ時、成り ボタンを押せば、〈盤⟷駒台〉の間をワープ(瞬間移動)できます。
3. 途中で動かす駒を変更したい時は元の位置にもどして 決定 ボタンを押す。
4. 持ち時間は(　)分間です。それを過ぎると1手20秒以内に指さないとタイムオーバーで負けになります。(1局目)
5. 持ち時間がなくなった時、コインを追加すれば継続してプレイができます。
6. コンピューターに勝つともう1局できます。
   ☆1人用……………2コイン
   ☆2人用(対局)……2コイン

☆2人対局でゲームオーバーの時は1コイン追加でもう1局できます。

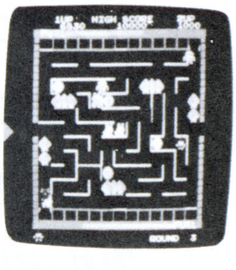




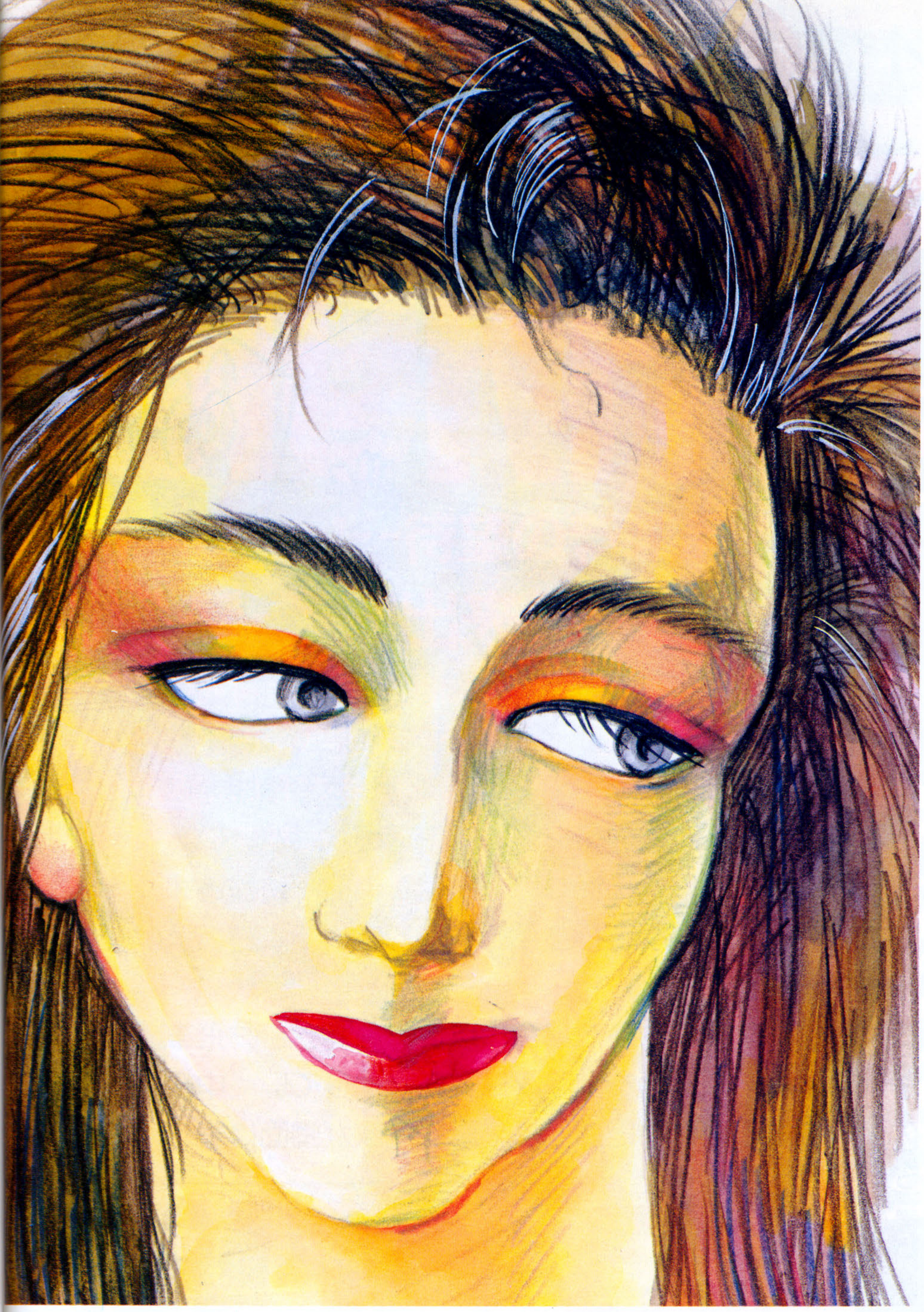
TALBOT PARTⅡ

石をぶつけて迫力倍増

- 1人用の時はコンピュータ・モンスターと対戦!!ウサギを全部自分のオリにつれもどした方が勝ち。(2人用は同時にプレイができる)。
- 敵はじゃましに体当りしてきますので石を投げてやっつけて下さい。
- ワナをボタンを押すことによりしかけられます。うさぎがかかるのを待ちます。
- パート1をよりおもしろく改良、ゲームもわかりやすくなりました。



ALPHA アルファ電子株式会社
〒362 上尾市愛宕1－16－9 エスカイア上尾204
TEL. 0487 (75) 2412(代表)

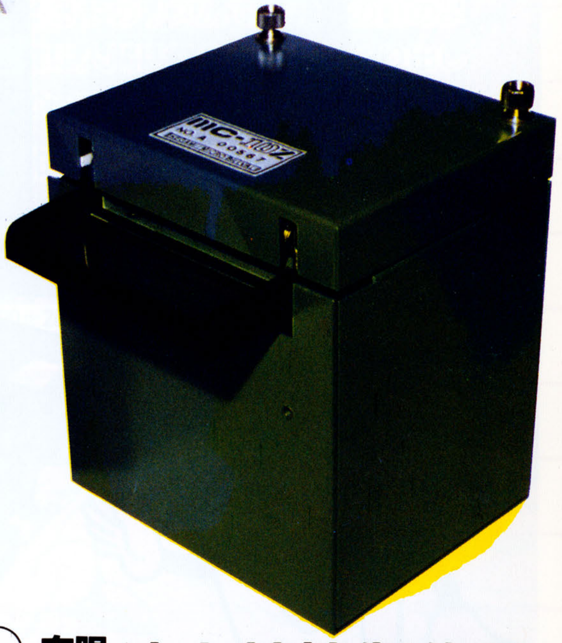


可愛いい、大物

1000円札専用識別機

MC-10Z

- ▷ コンパクトになったMC-10Z
- ▷ 高性能になったMC-10Z
- ▷ 低価格を実現したMC-10Z
- ▷ 偽札・引抜対策を強化したMC-10Z
- ▷ 不正・いたずら防止完全対策済
- ▷ 自販機・ゲーム機にズバリOK



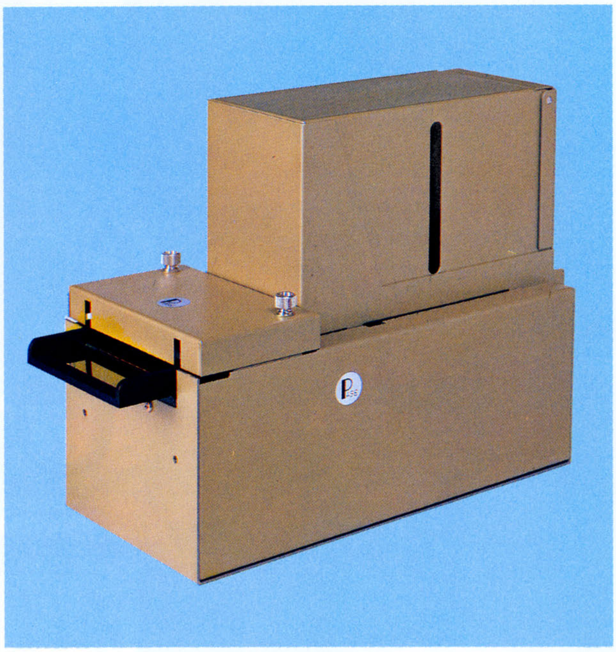
IKEGAMI 有限会社 池上精機製作所
☎03-783-0310(代)
〒142 東京都品川区荏原1-24-40

要求（ニーズ）（小型 高性能 自動収納）に応える紙幣識別機（ビルバリデータ）シリーズ

新発売

NB-151

● 超小型
● 1000円札を500枚金庫に自動収納されます
● 高性能、高信頼性、高精度
● ワンチップマイクロコンピューター採用
● オール・ハイブリット部品化

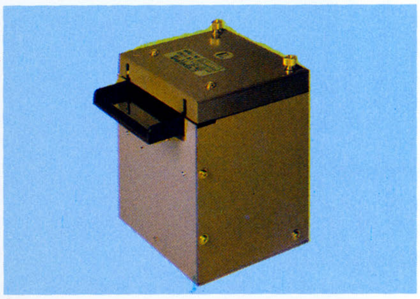


仕様

使用紙幣／1,000円札
収納金額／50万円（カウンター付）
使用電源／AC 85V～110V　50/60Hz
識別時間／２秒以下
挿入方向／表裏4方向、自動金庫収納式
消費電力／平常時10W、動作時40W
盗難防止機構／引抜き防止機構付
重　　量／5kg
外形寸法／205H×120W×252D㎜
温度/湿度／0℃～60℃／30～85%RH
絶縁/耐圧／30MΩ以上/AC1000V1分間
受 取 率／90%以上

NB-191

● 1000円札専用（1Way）
● 小型、軽量
● 高信頼性、高精度
（ワンチップマイクロコンピューター採用）

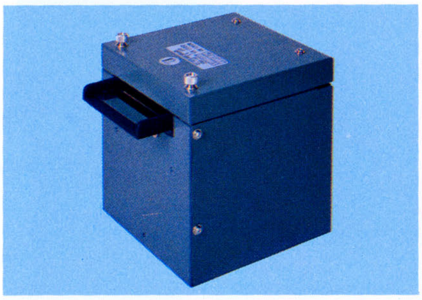


仕様

使用紙幣／1,000円札
使用電源／AC 85V～110V　50/60Hz
識別時間／１秒以下
挿入方向／表裏4方向、巻取り式
消費電力／平常時10W、動作時35W
盗難防止機構／引き抜き防止機構付
重　　量／3.8kg
外形寸法／140H×116W×107D㎜
温度/湿度／0℃～60℃/30～85%RH
絶縁/耐圧／30MΩ以上/AC1000V1分間
受 取 率／90%以上

NB-221

● 1000円札、500円札専用（2Way）
● 小型、軽量
● 高信頼性・高精度
（ワンチップマイクロコンピューター採用）

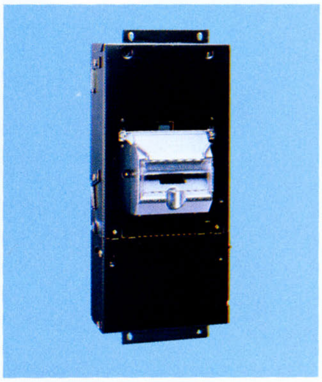


仕様

使用紙幣／1,000円札、500円札
使用電源／AC 85V～110V　50/60Hz
識別時間／１秒以下
挿入方向／表裏4方向
（500円は表面2方向）
巻取り式
消費電力／平常時10W、動作時35W
盗難防止機構／引き抜き防止機構付
重　　量／4.1kg
外形寸法／143H×132W×135D㎜
温度/湿度／0℃～60℃/30～85%RH
絶縁/耐圧／30MΩ以上/AC1000V1分間
受 取 率／90%以上

NB-120

● 1000円札専用（1Way）
● 7枚現物エスクロ機能内蔵
● スタッカー内蔵
● コインメックとドッキングで使用します



仕様

使用紙幣／1,000円札
使用電源／AC85V～110V　50/60Hz
識別時間／２秒以下
挿入方向／表2方向
エスクロ機能／7枚現物エスクロ
消費電力／平常時11W、動作時23W
盗難防止機構／引き抜き防止機構付
重　　量／4kg
受 取 率／90%以上

―― 総合化をめざす専門メーカー ――

NIPPON COINCO CO.,LTD.　株式会社日本コインコ

本社● 東京都千代田区内幸町2-2-2　富国生命ビル　☎03-502-1811(代)〒100
東日本営業● 東京都千代田区内幸町2-2-2　富国生命ビル　☎03-502-1815(代)〒100
西日本営業● 大阪府吹田市江坂町1-12-40　紙谷新御堂ビル　☎06-338-1271(代)〒564
● 北海道SC☎011-511-8151　● 東　北SC☎0222-65-3201
● 関　東SC☎0492-33-0591　● 東　京SC☎03-502-1815
● 中　部SC☎052-703-3381　● 関　西SC☎06-338-1271
● 中　国SC☎082-249-9521　● 九　州SC☎092-572-4461

販売代理店
株式会社 和光産業
東京 ☎03-346-2710
大阪 ☎06-877-8202

遊・your・smile
夢満載のあらゆるアミューズメントマシンをお届けします。
ペンゴ
ドンキーコングJR
対局マージャン
ロンII
ポパイ
ディグダグ
ギャラガ
ジャンピューター
プロピューター
コイコイ
対局コイコイ
ミスタードウ
プーヤン
ハンバーガー
フィッツシング
ムーンパトロール
ロイヤルマージャン
パートII
基板、改造も承ります。
株式会社タイヨー
☎06(632)4770㈹
〒556 大阪市浪速区下寺1丁目4番5号

海外情報
東から西から〔19〕

news 1

From U・S・A

アメリカのマイクロキット コンピューターと子供達
リーダーズ・ダイジェスト誌

ここはニュージャージー州リッジウッドのベンジャミン・フランクリン中学校。休暇に入ったにもかかわらず、数十名の学生が、懸命に勉強している。

しかし、ベリーナイスステューデントだと、感心するのは早合点。彼等は卓上コンピューターに向かっているのだ。緑色の光を放つモニターにはサイファー記号や文字が踊り、プリンターからはＬＰ用紙がカタカタと音をたてている。

では勤勉な生徒達の様子をみよう。ジョージ・マニューン(14)は、心臓の細部にわたるプログラムを、たった今完成したところ。パム・ミラー(14)は、核反応のシュミレートプログラムに全力投球。メイリン・ウォン(15)は、ビジネス・データ統制プログラムの具合をみている。

だがこの子供達が天才児だとしたら、世の中には天才がゴロゴロ溢れていることになる。彼らは普通の子供。単にコンピューターをいとも簡単に、三十を過ぎた人には理解できないだろうが、自転車にのるごとく操れるだけだ。米国には、このようなコンピューター世代の子供達が数千人いるという。これは数十年前にクルマのユーザー達が登場したのに匹敵する、新しい社会の変化なのだ。

さてこのクラスでは放課後になると、コンピューターショップやクラブに集まって、かって野球カードで激論し合ったようにプログラムについて論議し、ソフトウェアの交換に忙しい。はやい子供は幼稚園からコンピューターを操作し、教師達もその技術に舌を巻いている。

こうしたコンピューター革命は、シリコンの高度な知識、ひらたく言えばパソコンあるいはマイコンでつくられた。アタッシュケース大の強力なこの小箱は、現在三千～五千ドルで買える。二十年前なら一部屋分のスペースと、いまの価格で六百万ドルの大金を払わねばならぬ代物だ。

何故このように無数の子供達の心を捕えたのか。単にサイズや価格の問題だけではないだろう。専門家や若いオペレーター達は、それはなんといっても操作する喜び、考えたことを何らかの形にできる魅力と分析する。

ソフトウェアの専門家チィルドレンズ・テレビジョン・ワークショップ（セサミストリートを製作）のレオナスコーブル女史は、コンピューターゲームをしていた八つの男子のことを鮮明に覚えている。そのゲームは蛙がジャンプして蝶々を捕えるというものであった。数分後、彼女が戻ってみると、蛙がゆっくりとジャンプしているのに気付いた。どうしたのか、とその男の子に尋ねると彼は「もっと蝶々を捕まえたかったから、変数表でもっとゆっくり動くようにしたの」と答えた。その子供は一度ゲームプログラムを壊し、自分に適ったものに作り変えたのだ。

こういう子供達はコンピューターに恐れをもたない。大人が電話のダイヤルを間違ってもどうも思わないのと同様に、彼らはボタンを誤っても平気だ。ＩＢＭ客員の数学者ルイス・ロビンソン氏は「子供達はコンピューターができる範囲をちゃんと知っている。で、大人はどうかというとそれを全能なものだと思っているのだから」と指摘する。

親達も学校へのコンピューター導入には積極的な態度を示している。フロリダ州のいくつかの団体は、ケーキ販売、カーニバル、洗車などの活動で、コンピューター購入の為基金を創立。ミシガン州ユーチカ市のある学校では、二百五十のコンピューターのうち三分の二以上が父兄後援の猛運動

Amusement Royals
05628-4-0909
AM10:00~PM10:00
ローヤル商会
〒470-21 愛知県知多郡東浦町大字緒川字竹塚8-40
東海営業所0562-34-9584 京都営業所075-441-3834

によるものである。同市々長ポールイェーレンスキー氏は「父兄は指導教官に自分の子供をコンピュータークラスに入れてくれ、と懸命に言ってます」と語る。

現在全米の学校に備えられた約十万台のコンピューターの殆どは富裕な郊外都市にかたまっている。だが一方では、想像もつかない場所にも存在する。ウィスコンシン州のチッピワ・インディアン特別保留地では、部族の若者がコンピューターを使って古代語の研究に取りくんでいる。アラスカの小さな学校では、学年の異なる生徒が一同に集まり、各々プログラムを組んで勉強している。コンピューターの普及台数は、一九八五年までに今の十万が三十から六十五万台に達すると専門家はみる。

こういった電子革命は、プログラムが堅実に改良されて、一層推し進められてきた。その中には娯楽的な戦術ゲームもある。

倒えばコロンブスの冒険旅行をチームで競う地理探索ゲーム。それで生徒は海流と風向きを考え、星座を使って緯度経度を知り、海賊の攻撃や台風の危険にさらされて大西洋を横断する。思慮深く抜けめない計画をたてて選択し、協調性のある行動をとって生き残るのだ。

また、地方身障者教育にも活用されている例もある。カリフォルニア聾学校のローンダ・リベラ(16)は、五年にわたってコンピューターを用い、断片から綴りに移るという方法で全学課を終了した。

そして治療器具。先に宣べた数学者ルイス氏は、重度の読み能力で悩むクラスメートの為に実践的なプログラムを用意した。マサチューセッツ工科大学セイモア・パパート氏は、コンピューター言語システム「ロゴ」を同僚と協同開発。これは幼い児童でも扱えダラスのランプライター校では三・四歳児がこれでコンピューター指図を書いている。車を駐車場に停める為に、画面上で「車」と「駐車場」を移動させ、その過程で幼児は単純な言葉や「左」と「右」の違いを学ぶのだ。

ところで、こういった子供達のミニパワーは中学二・三年になると、謂ゆる「金になる」水準に達する。シカゴのジョナサン・ダブマン(14)とケイ・ボルゾニー(13)は、二人で開発したオリジナルゲームとグラフィックプログラムを、アリストテレス・ソフトウェアという会社をつくって売っている。ロサンゼルスのユージーン・ボルク(14)は、二十四時間分のプログラミングをして、二十世紀フォックス社から毎週四百八十ドル（約十二万円）を得た。グレッグ・クリスティンセン(18)は、自分で開発したゲームをアタリ社に売り、十万ドルもの著作料を手にした。

将来、彼等はあらゆる意味でその両親とは違った世界に挑むようになる。一部の批評家のなかには「人間本来の姿や創造性の発露から離れていく。そういったものは言語の使用と関連し、数学的な記号コードとは別のものだ」と、否定的な発言をする者もある。だが大部分の者はコンピューターに希望的観測を示す。シカゴ大学の哲学者スティーブン・トームリン氏は、コンピューターがＴＶ世代を再び賢くするだろうという。「ＴＶは何事も自分でしなくても良いように人々を解放した。コンピューターは、反対に自分が何をしたいのか、それから出発するのだ。」

批評家達の議論はひとまずとして、ともあれ、「コンピューターって啞も同然。僕が全部教え込まないとダメなのさ」という僅か十歳そこらの生意気な子供達が米国にはゴロゴロいるのだ。

news 2

From U・S・A

'81年の「今年の人物」はコンピューター

「過去一年間の最重要人物」を選ぶ米国の週刊誌タイム恒例の新年第一号での「マン・オブ・ザ・イヤー」に、昨年は「マン」（人）ならぬコンピューターが選ばれた。一九二七年スタート以来、複数の人物が四度発表されてはいるが、人間以外で取り上げられたのは今回が初めてである。

そのほかに「人物」候補として、サッチャー英首相、ベギン・イスラエル首相、SF映画の主人公の宇宙人「E・T」、ボルカー米連邦銀行局委員長の名が挙げられたが、編集者の投票の結果、圧倒的多数でコンピューターが選ばれた。

合衆国で初の計数型電子計算機なるものが登場したのが三十数年前、第二次世界大戦末期で、ペンシルベニア大学で作られエニアックと名付けられたこのコンピューターは、総重量三十トン、要した真空管一万八千本という代物で、七分に一回平均の故障に泣いていた。

当時のルーム・サイズのコンピューターが現在のシリコン・チップにまで縮少可能になったのは、一九五〇年代のトランジスターとマイクロ回路の出現があったからだ。

それに伴い価格も大幅にダウンした。先に挙げた第一号コンピューター・エニアックの四十八万七千ドルと比べても、IBMのパソコンは僅か四千ドル。タイメックス・シンクレア一〇〇〇型を八十ドル弱まで値引きする所さえあるのだ。

こういったコンピューター産業の発達に習って自動車産業が成長していたら、ロールス・ロイスは今ごろ二ドル七五セントぐらいで買え、リットルあたり百数十万キロの距離を走行していたであろう、とはある専門家の意見。

タイム誌調べによると、全アメリカ人の約八〇％の者が近い将来ホームコンピューターが、テレビや食器洗い機のように珍しくなくなると見ている。失業や非人間化の危険性も挙げられている一方で、大多数の者が「コンピューター革命により生産増とそれに伴う生活水準のアップ」（六七％）、「子供の教育の質が良くなる」（六八％）と

期待を寄せている。

急成長ぶりを売り上げの数字で具体的にみると、その驚異のほどが知れるだろう。一九八〇年には二十数社が七十二万四千台のパソコンを売り、十八億ドル（約四千五百億円）の市場だったのが、翌八一年にはIBMも加わりメーカー数も倍増、総数百四十万台を売り、三十億ドル弱の市場に成長。八二年度の成果は、データクウェスト社調べによると、百社のメーカーで、売り上げ台数二百八十万台、売り上げは四十九億ドルになると見込まれている。

先進国はすでにコンピューター化が進んでいるのに対し——八十二年度売り上げは、日本・四十三万五千台、西ヨーロッパ・三十九万二千台）——第三世界ではまだまだのようだ。コンピューターは持つ者と持たぬ者とのギャップを広げると危惧するものもいるが、逆にコンピューターの高度な技術性のゆえに、工業革命を経ずに経済成長を遂げる可能性があるとする向きが強い。

「車とテレビが米国民の関心事」という見方を一変させたコンピューターがタイム誌新年一号に掲載されたことは、コンピューター時代の本格的到来を世界中に告げた象徴的エポックであった。

news 3 From ASIA

アジア各国はビデオゲームアレルギー?

ニューズウィーク誌

現在、アジア各国の十代の若者はビデオゲーム店に群がっている。政府側は反対にこれらの店を閉めさそうと乗出してきた。ここ一年の間でも、フィリピン、インドネシア、シンガポール、マレーシア、香港といった国々が、ゲームを制限するか全面禁止の措置をとった。

ゲーム退治に踏切った国々のうちで最も迅速だったのがフィリピンとインドネシア。フィリピンのマルコス大統領は、父兄や実業団からツキ上げられて、個人の住居外でゲームに興じているのが発覚した場合、重刑（最高十二年までの禁錮）を課すと発表した。インドネシアのスハルト大統領は、単にゲームを禁ずるに止まった。

ホーム・コンピューター購入に際し、公務員に低利のローン貸付を実施しているシンガポールですら、ヒュー首相は国内にある六十四箇所のビデオ・ゲーム店に対し、一年以内に閉店するよう命じた。

この問題に対してもっと寛容な対策をとっている国もある。例えば香港。十六歳以下の子供達が年長者や不良と交わることのないよう、当局によって単独にゲーム場が設けられた。

ビデオゲームを恐れる他の国々の当局は少々荒っぽい。マレーシア警察はクアラルンプール華僑区のゲーム店を指して、それが若い華僑のギャング団の養成所となってきている、という見解を表明した。最近、同国政府は、小規模店舗に設置されているゲーム機のライセンスを取消した。

ゲーム機の全面禁止を求める市民団体もある。その一人、ペナン市の消費者協会調査部長、マーチン・コール氏の言い分はこうだ。

「ビデオゲームは私達の伝統遊戯を破壊しつつある。子供達が凧上や独楽まわしに興味を示さなくなるかもしれない。ビデオゲームは暴力と殺意を助長しているとしか思えないのだ」。

news 4 From FUROPE

イギリスの子供乗物機

コイン・スロット紙（デビット・スヌーク氏）

英国の子供乗物機業といえば、「パブ」——同国の伝統的スナック——を主要なターゲットとしているコイン機業の中にあって唯一無縁の業種であろう。

フルーツ機、ジュークボックス、ビリヤードそれにピンボール、これらいずれもが「パブ」に活路を見出している。

十八歳以下は同所での飲酒を禁じられていることもあって、子供乗物業はその市場を他所（よそ）に見つけなければならない。そのほとんどがゲーム・アーケードや大型店舗であり、売上げ的には上限があるとはいえ、長期にわたりコンスタントな営業成果を上げている。

アーケード、スーパーいずれにせよ、子供乗物機は店頭に設置されている。「子供達の目を、店先の汽車やボートにうまく向ければ、彼らを連れた大人の足を店内に向けさせることになる」という方針に基づいているのだ。

今回、東京でのAMショーで多数の乗物機の展示を見て、現在日本で人気を博している機種のタイプについて示唆を得た。ここで日英両国の乗物機を直接比較することは、必ずしも「公平（フェアー）」ではあるまい。子供達の気性が多少異なるからだ。

欧米の子供に比べて背高が劣ることや、きびしい躾けなどもあってか、日本の子供達は前者よりかなり丁寧に乗物機を扱っているようだ。そのため、日本製の乗物機は

Amusement Royals
05628-4-0909
AM10:00~PM10:00
ローヤル商会
〒470-21 愛知県知多郡東浦町大字緒川字竹塚8-40
東海営業所0562-34-9584 京都営業所075-441-3834

'83年2月以降発表されている、各国の主要展示会のスケジュールは下記の通り。

2月1～3日	北アイルランドATAショー（北アイルランド・ベルファスト）
21～23日	パシフィック・アミューズメント・オペレーターズ・ショー（サンフランシスコ・フェアモントホテル）
22～24日	ノーザン・アミューズメント機コイン機展示会（英・ブラックプール）
3月9～10日	アベックス(AVEX)'83（ロンドン市ハンマースミス）
10日。	IATA AGM（アイルランド共和国ダブリン）
16～17日	NAOショー（東京）
23～25日	コイン・オブ '83（ダブリン）
25～27日	アミューズメント・オペレーターズ・エギジビジョン(A.O.E.)（米・シカゴ）
4月14～23日	ミラノ・フェアー（伊・ミラノ）
10月27～29日	クラブバンド '83ショー（英・ブラックプール）
12月6～8日	ビンゴ・エキスポ（米・ラスベガス）
13～16日	フォレネクスポーアミュゼクスポ '83（仏・パリ）

耐久性より、壊れ易い装飾物を過多に取り付ける傾向がある。ざっと見ても、汽車のベル、ボートの旗ざお、車体上に据え付けのヘッドランプ……等々。こういったのが英国の子供達の手にかかった日には、ひとたまりもないだろう。

また、同時に、耐久性に主眼を置くことがないため、より安価な材料で製造、価格も英国製乗物機より幾らか廉価なものになる傾向にある。

しかし、ここに両者に共通するものが一つある。乗物機の形を決定するイメージだ。不思議なことに、こちら英国市場には「宇宙もの」をテーマにした乗物機はそう多く出まわっていない。明らかに、幼児にとっては宇宙船より汽車、自動車それにボートなのだろう。

先に私は、英国を代表する子供乗物機メーカー二社を訪れ、最近の乗物機の流れを検討してみた。

R・G・ミッチェル社（リンカンシア州スケグネス）は長年の伝統と実績を誇るメーカーで、子供乗物機、幼児乗物機（主に回転木馬）、大人向乗物機（スリルが売物の大型遊園地機）等を市場に供給している。

最近では同社製子供乗物機は、欧州で最も広範囲に行き渡っており、全機種とも「稼げる」乗物機として、圧倒的な信頼を得ている。

またミッチェル社は最近、幼児をターゲットにした新機種で市場参加を果した。「ミニ」シリーズがそれで、すでにジープ、パトカー、ウサギが発表されている。このシリーズは五歳以下の幼児に人気がある。従来の乗物機では自分達の体には大きいため、普通であれば両親に抱きかかえられて乗らなければならなかったためであろう。

より小型であることで、「上に乗る」というより「中に座る」タイプに設計してある。親たちも後ろで安心して見守ることが出来る。底部の床占領面積も従来のものに較べて少ない。こういった新機種を加え、同社の子供乗物機は全部で二十八機種を数えるに至っている。

このミッチェル社からほど遠くない所にもう一つの代表メーカー、R・J・ニューブロー社（リンカンシア州スピルズビー）がある。創立が一九七四年で、ミッチェル社同様、まず輸出に力を入れている。

同社は来年（八三年）のシーズンに向け、若干のモデルに改良、新機軸を加えると発表、いかなるロケーションにでも適応するものを供給できる点を強調し、コンパクト化、カラフル化、安全操作化を計っている。

概して、乗物機は鋼鉄パイプのシャーシーで作られており、接合作動個所はすべてボール・ベアリングで対処している。安全面では、二十五ボルトもしくはそれ以下で作動、電圧適合のためトランスを内蔵している。

本体および基底部はファイバーグラスで鋳造され、明るい光でつややかに仕上げられる。

勿論どこの国の通貨でも供給に応じているが、なかでも、ここに述べた二社は英国内の需要のほぼすべてを満たしている。

しかし、ライバルがいないわけでもない。弱小メーカーをはじめ、外国、特にイタリアからの輸入品である。

乗物機の違いはどうであれ、どこのメーカーでも、事業に優先するものとして一つの共通点を持っている——想像性に溢れる素晴しい乗物機を子供達のために考案しているのである。

news 5 From ASIA

韓国2月からゲームを再び公認

昨夏、ゲーム場の全面禁止を決めた韓国だが、今春以降、ゲームをめぐる情勢が好転しそうである。

日本同様「ゲーム場は非行の温床」と見る教育関係者のツキ上げによって、韓国ではゲーム場全面閉鎖の措置がとられた。しかしその後もゲーム人気は衰えず、当局の目を盗んで営業が続けられている。ソウル市では現在でも、二千乃至三千箇所のロケーション（ゲーム場、喫茶店等々）が活動していると推定される。

韓国でゲーム場の許認可権をもっているのは保健社会部だが、こことソウル市が協議した結果、今年二月から再び解禁に踏み切ることになった。これにより、若干の制限はあるものの、届出さえすれば原則的に

許可される模様である。今回の措置は、政治犯の大量特赦に見られるように、全斗換政権の雪どけ政策に連らなるものと推測され、ゲーム機ブームの再来も期待できそうだ。（この項、韓国読者からの通信による。）

news 6 From FUROPE
フルーツ機法改正か—北アイルランド地方
コイン・スロット紙

北アイルランド・アミューズメント・トレード協会の書記ジョージ・マッキャン氏によると、同地方(五州よりなる)でのフルーツ機に関する新法律が今春にも制定される見通しだ。

マッキャン氏が同紙に語ったところによると、今春に新法律制定の公約はとってあり、同協会は関係当局と過去二年にわたって協議していたことが明らかになった。また協議期間中、同地方にも英国の他地方並みの法律導入の線で話し合われてきており、同協会でもその成立に自信を持っている。

現在に至るまで北アイルランド地方でのフルーツ機に関する法令は、旧態依然のままになっており、そのためゲーム機ですら違法になっている。

先のマッキャン氏は「二、三の部分修正は受けるだろうが、根本的には国内の他の地方並みのものになると期待している。これでやっと当地方のアーケード・オペレーターも、自分達が築いてきたビジネスの価値を味わえる」と語っている。

news 7 From U・S・A
アタリ、82年下半期売上げ減少
コイン・スロット紙

アタリの親会社であるワーナー・コミュニケーションによると、米国ビデオゲーム市場を突然に襲った沈滞ムードが、同社のコイン式ゲーム、家庭向けゲームの両部門に影響を及ぼしているという。

ワーナーは収支報告のなかで、八十二年度の収益は前年度に較べ、わずか一〇～一五％増にとどまるものと見ており、ニューヨーク株式市場での株売り傾向により、ワーナー株は一・八七五ドル安の五一・七五ドルに下落したと伝えている。

インテリビジョン、コレコ、コモドーラを擁すマッテル社など家庭向けビデオに重点を置いている他のメーカーもワーナ同様、株取り付けでの影響を蒙むっているとみられる。

「売上げ減少」についてワーナーは、アタリのビデオゲーム・カートリッジ販売の不振およびコイン式ゲーム販売の実質的低下を、八十二年第四期（十～十二月）の大幅な収益減の陰に隠れた主要原因であるとしている。

九月までの純益は、ビデオ・ブームがまだ続いていたこともあり、五〇％増の二億二千五百万ドル（約五千億円）に達し、消費エレクトロニクスの経営収益にいたっては一一五％増、三億二千二百万ドルに急増していたのである。

八十二年後半が悲観的状況であるとはいえ、カートリッジ販売は、実質的に前年の八十一年度分を越すものとみられている。

なお年末の十二月中旬には消費部門の責任者ペリー・オダック氏が責任をとり辞任、（十二月現在）後任はまだ指令されていない。

news 8 From U・S・A
コンピューター時代への接近法として
南カリフォルニア大学助教授シュメント・情報学。
ロサンゼルス・タイムズ紙より抜粋

合衆国最高裁判事によりこのたび、十七歳未満児童が親の監督下でなくてもゲーム場へ出入りする権利を持っているかどうか、という判決断定が却下された。これはその問題が法廷の場ではなく、家庭の問題としてとらえられたからであろう。

「ゲーム場で時間と金銭を無駄にしている」という大人の心配をよそに、ビデオゲームはまたたく間に全国津々浦々に普及した。それは我々ほとんどの者にとってはコンピューターとの初めての、しかも手軽な出会いであった。また、最近のホーム・コンピューターの出現が将来、生活を高めるコミュニケーションをより豊かなものにするだろう、という点からも、ビデオゲームは技術的「情報社会」の先駆けとも言えるのである。

現在アメリカでは、労働の本質が変わりつつある。製品の生産より情報生産に関わるものが多いのだ。昨年（八十年）カリフォルニア州では、三人に一人の割合の労働者が、単に情報を交換するだけの仕事に従事している。こういった情報労働者の技術は、根本的に農工業労働者のものとは異なり、かつての機械作業がコンピューター化された今日、彼ら情報労働者が全国の労働勢力に優位を占めると予想される。

こういう状況に反して、学生に情報を教育するシステムに、変りつつある労働環境に対して迅速に順応できそうにない。ほとんどの学校では機材も訓練された人材も無いのだ。となると、他からの訓練を期待せざるを得なくなる。コンピューターやプログラミングについて正式な教育を受けていな

い学生は、ビデオゲームこそが初めて扱ったコンピューターだと気付くだろう。実際ビデオゲームの持つ訓練能力なるものについて、軍当局からも打診されており、コンピューターの訓練のため数多くの団体組織が効果的に用いている。

　コンピューター技術にいま接している子供達は、おおむね支配者階級であるアングロ系の上流階級に属している。彼らの親は、コンピューターを扱う能力が将来の成功の鍵であることを知っている。こういった恵まれた子供達は家庭でコンピューターに近づくことができるが、他方小民族を含めた残り多くの者達にとってコンピューターの科学技術への入口は、ゲーム場で遊ぶことなのだ。

　抽象性、俊敏性それに目と手との共同作用性、これらがハイ・レベルに要求ちれるのがビデオゲームである。一世代前の人々に自動車が果したように、ビデオゲームはより複雑なコンピューター・システムに我々を馴れさすものかもしれない。車やエンジンを扱ったことで、アメリカ人は複雑な機械類を操作するのに必要な工業技術を手にし、結果的には二十世紀最大の工業帝国を作るにいたった。ビデオゲームにも同じ原理が言えはしまいか——情報社会にとって「先駆者」として機能する。

　そういう可能性は、ビデオゲームが及ぼすと信じられている「道徳の汚染と」いう抗議の声を、ますますのっぴきならないものにするであろう。大人や自治体が強く反対することは、赤ん坊を湯舟に放り込むのと同じ行為なのだ。

　問題点はゲームそのものにあるのではなく、アーケードの雰囲気にあることを明らかにしておかねばならない。間違ってもこの両者を混同してはならない。ゲーム場が悪い影響力をもつと思われるならば、その「悪」について検討する必要があろう。単にビデオゲームをスケープゴートとして葬り去るのは、最悪の解決法だ。子供達に健康的な環境で遊んで欲しいと望むことと、彼らから学習＋経験の場を奪うことは、それぞれまったく別問題なのである。

　ゲーム場ばかりが非難を浴びたのに対し、学校ではどうであったか……。いまのところ、ビデオゲームを有効な教材になるとしている所は少ない、従ってそういう目的のための資金配分もなされてはいない。原因の一端は営利用に作られたゲーム機のデザインにもよろう。最小限の機能しか要求されないのであれば仕方あるまい。しかしビデオゲームは遊びの質そのものを高めていく可能性を有している。

　いま一つ学校当局が誤っている点がある。工業生産高を優先して流れ作業候補者のみを送り続けていくことは、学生の真に必要としているものを理解していないのだ。

　それでは我々の選択とは何か。社会全体をみると、我々はコンピューターとそれから派生したものとを子供達に伝えなければならないのだ。ビデオゲームは、確かに完璧なものではない。しかし比較的安くて、即時的方法ではあるまいか。自分の子供の教育に関心を寄せる親として、我々はもっとビデオゲームを要求すべきなのだ。現在の我々はビデオゲームを、ピンボールの単なる代用品とみている。

　一方で、子供達がゲームから学び取っている事や、そのゲームが大人へなるための肉体的、また社会的技術を子供達に教えている事に気が付かなかったのではないか。

　結局、完全雇用と健全な経済に関心を持つ一市民として我々は、コンピューター操作のための教育を、ゲーム場や自宅にコンピューターを持つ一握りのエリート校にではなく、すべての学校に、しかも全員に行き届くように求めるべきなのである。

〔教訓〕——アメリカがますます情報社会に変貌するにつれ、必然的にそれに伴って急激する苦悩も味わうであろう——。

情報社会の要望されていることを無視し、我々や子供達がその社会の中で暮すことに目をつぶると、また一握りのグループに先を許すことになり、他の者は水をあけられて追うはめになろう。ビデオゲームは、このギャップを埋める最良の方法でも、唯一の方法でもないが、今すぐに役立つという点で、利用してしかるべきではあるまいか。

　子供達に健全な社会環境を、と願う人々にとって、ゲーム場閉鎖はわずかな前進かもしれない。しかし、子供達に未来に横たわる新しい世界を、と願う人々にとっては大いなる後退と言わざるを得まい。

定評
★各種アミューズマシン用
★各種風営機用
★各種自販機用
★各バッティングマシン用
各ゴルフマシン用

メタル専門 COINのマル信

★我国のゲームマシンの誕生と共に、その風雪を共にして今、磨き上げられた信頼の技術！

㈲マル信産業
本社　東京都葛飾区小菅３−９−23　TEL(03)690-3923
工場　東京都葛飾区小菅３−19−３　TEL(03)690-8223

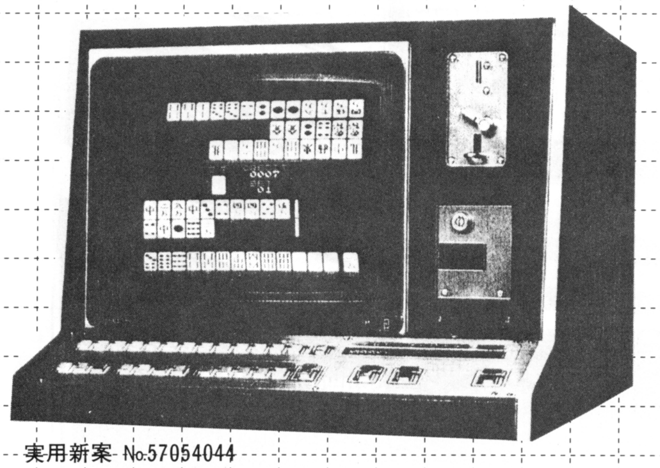
今年、ニューマーケットに熱い興奮！

ADD CONTINENTAL 5LINE UPRIGHT

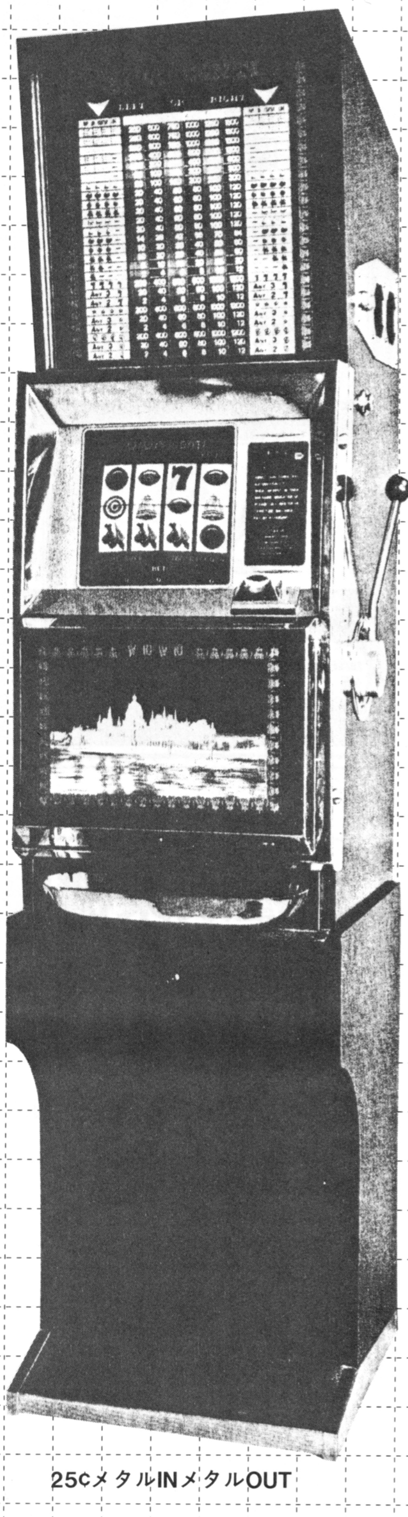
TV ROYAL (OPEN TYPE)

新しいホテルテレビの幕明け

- ●オープンロイヤル
- ●テレビジョン
- ●ビデオモニター
- ●キャプテンシステム



実用新案 No.57054044
実用新案 No.57067778



25¢メタルINメタルOUT

☆ロイヤルマージャン、オープンマージャン用サブボード発売中☆

○DIP-SWにて
- オープンマージャンとなります。
- ヤクマンを切る
- 200，300，400，500点切替え

○配当率のトラブルを解消し安定化させます
○従来の故障を軽減化

ナインフィバー・ウインナーサークル転換基板＝４プレイかぶ発売中

(DEVELOPMENT by DYNA & YUVO

■ OVER SEAS VAS IOVS I-C UNIT R
- ● ADD NINE FEVER
  Approaching the sum of thrss cards to nine.
- ● GOLDEN JACKY(4PLAY BLACK JACK)
- ● VIVA DOUBLE-UP(Continental,5-Line)
- ● CONTINENTAL JOKER GUILD(SLOT)
- ● HI & LOW (CARDS)
- ● DOUBLE-HOLD POKER
- ● PATA PATA(CARDS)
- ● BAKARA GAME(CARDS)

⊙ADD SLOT SERIES
(Conti, 5Line, Bounuo-Line)
⊙5-POKER, 7-POKER
⊙5 & 7POKER SUB
⊙URBAN DICE(CARDS)

中日本リース株式会社

名古屋市守山区大森字今尻3422
〒463 TEL.052－798－1053（代）

DYNA ELECTRONICS CO.,LTD.
HEAD OFFICE. 3422, AZA-IMAZIRI, OMORI, MORIYAMA-KU, NAGOYA, JAPAN. ☎052-798-1593
TELEX：4948-135 CENTRA-J
OSAKA OFFICE, 5-13-9, KUMATA, HIGASHISUMIYOSHI-KU, OSAKA, JAPAN. ☎06-713-2613
FUROPA OFFICE KINICHI KAMIYASU LISEBERGS VAMEN 11 S-12535 ALVSJO
SWEDEN STOCKHOLM TEL08-477998

NAKANIHON LEASE CO.,LTD.
TEL. 052-798-1053.

SANWA
SANWA GAME'S PARTS
ゲームパーツのことなら何でも御相談下さい。
かわら版でおなじみの
JL-2,4,8
ジョイスティックレバー
JOYSTICK LEVER
INSERT ¥20
PCA-10,20,30,50
アルミ製プライスカード
ALUMINIUM PRICE CARD
¥100
¥50
¥30
¥20
¥10
PC-10,20,30,50,100
インサートコイン紙
INSERT COIN PAPER PANEL
EK-14,18,20
エスカッション
FRAME FOR FILLING
CB-36,44
端子板
CONNECTOR PLUG
SDK-B-D
ダイカストK
DIE CAST LOCK
GT-2,4,8
ジュラコン製ガイドチップ
GUID TIP
GP-2
外部操作板
BULGED OUT CONTROL PANEL
LL-1
レスロック
LACE LOCK
AP-2
CONTROL
FIRE
二色化粧パネル
2 COLOR DECORATED ALUMINIUM PANEL
K-36,44,20,56
ケルコネクター
CONNECTOR
SANWA
三和電子株式会社 〒112 東京都文京区大塚3丁目6-5
☎03(943)7011
Sanwa Denshi Co., Ltd.
6-5, 3CHOME OHTSUKA BUNKYO-KU
TOKYO 〒112 JAPAN
PHONE: 03(943)7011
TELEX STRAD J25633

各種娯楽機械部品メーカーのエヌケーロック!!
新発売
新八万ロック
ゲーム機械に最も適した錠
NSY-82　ショートタイプ
NSY-80Y型
実用新案申請中
── 防 犯 対 策 ──
●現在の7本ピンを8本ピンに改良ピンサイズも3種類入っており、従来の丸キー及び器具とはサイズが異なるため、ピンを計って開ける事が出来にくくなっております。
●従来の八万錠と外径が同じですから交換が可能です。
1ヶ キー2本付
価 格 ¥550.—
(尚、ロットにより相談に応じます。)
連番、同No.—、特指定No.—もできます。
エヌケーロック株式会社
〒463 名古屋市守山区大字小幡字北山2761—92 マンション白沢 ☎052-794-6532(代)

技術の広場

第25回

今回は前月に引き続き、インベーダーのコピーに関する判決文を収録する。

先に紹介した㈱タイトーと㈱ウコーエンタープライズの係争は、不正競争防止法に基く判決であった。本欄㈱タイトーと㈱アイ・エヌ・ジ・エンタープライゼズ間の判決は著作権法に基づくものであり、わが国でプログラムが著作物にあたる、との司法判断が出たのはこれが初めてである。

昭和五四年(ワ)第一〇八六七号損害賠償請求事件

判　決

東京都千代田区平河町二丁目五番三号
タイトービルディング
原　　告　株式会社　タイトー
右代表者代表取締役　ミハイル・コーガン
右訴訟代理人弁護士　柳　井　義　郎
東京都品川区大崎四丁目一番八号
被　　告　株式会社アイ・エヌ・ジ・エンタープライゼズ
右代表者代表取締役　渡　辺　鉄　男
東京都大田区久が原一丁目三五番一四号
被　　告　渡　辺　鉄　男
被告ら訴訟代理人弁護士　田　山　勝　久

主　文

一　被告らは、原告に対し、各自金五四万円及びこれに対する昭和五四年一一月一日から支払ずみまで年五分の割合による金員を支払え。

二　原告のその余の請求を棄却する。

三　訴訟費用は、これを四分し、その一を被告らの負担とし、その余を原告の負担とする。

四　この判決は、第一項に限り、仮に執行することができる。

事　実

第一　当事者の求めた裁判

一　請求の趣旨

1　被告らは、原告に対し、各自金二〇〇万円及びこれに対する昭和五四年一一月一日から支払ずみまで年五分の割合による金員を支払え。

2　訴訟費用は被告らの負担とする。

3　仮執行宣言

二　請求の趣旨に対する答弁

1　原告の請求をいずれも棄却する。

2　訴訟費用は原告の負担とする。

第二　当事者の主張

一　請求の原因

1　原告が昭和五四年八月中旬以降販売又は賃貸しているテレビ型ゲームマシン「スペース・インベーダー・パートII」(以下、「本件機械」という。)は、マイクロ・コンピューター・システムを利用した影像再生装置によって、その受像機面上に映し出される影像を主体とし、遊戯者が一定の操作をすることによって競技を楽しむテレビ型と称するゲームマシンの一種で、そのゲームの内容(影像とその変化の形態を含む。以下、「本件ゲームの内容」という。)は、別冊説明書記載のとおりであるが、本件ゲームの内容は、記号語(アッセンブリ言語)を用いて表示されたソフトウェア・プログラム(以下、「本件プログラム」という。)によって表現されており、本件機械のコンピューター・システムの記憶装置(ROM、以下、

この種の記憶装置を「ＲＯＭ」という。）には、本件プログラムが記号語を機械語に変換した上電気信号の形で収納されている（この機械語に変換された本件プログラムを、以下、「本件オブジェクトプログラム」という。）。

２　本件プログラムは、著作物に当たる。

㈠　一般に、コンピューター・システムにおけるソフトウェア・プログラムは、コンピューターが行うべき仕事の内容を定め、これを完成させるため、これによって生ずる問題を細分化して分析し、それぞれについての解法を発見し、その目的を実現するについていくつかの命令に関する情報及びその他の情報を組合せて作成されるもので、その作成には、電子工学等の基礎的知識を前提とする論理的思考を必要とし、また、右解法もコンピューター・システムにおいて出力（アウトプット）される同一の結果について、作成者により種々のものが存在可能なものであるから、解法はその発見者の創作的な思考の内容をなすもので、その表現である前記情報の組合せ方法に作成者の学術的思想が表現され、その組合せによる表現は、プログラム作成者により個性的な相違があるものである。また、それを表現するために使われる記号語は、コンピューターに対する命令の手段であると同時に、第三者に対しても伝達可能である点で言語と同一の機能を有する。

本件プログラムも、基本的に右の各過程を経て作成されたものである。

㈡　本件プログラムは、「ゲーム」に関するものであるが、「ゲーム」とは、それ自体のうちに目的を持ちながらルールに従って一定の時空の限界内で完了する自由で任意な行動あるいは活動で、人間に喜びと楽しみを与えるものとして、文化現象の一つの表現形態で、人間社会における価値ある存在と解することができる。そして、本件プログラムは、本件ゲームの内容をテレビ型ゲームマシンの受像機面上に映し出すことを目的とする各種映像及び命令に関する情報の集大成であり、そこに用いられている記号語（アッセンブリ言語）は、コンピューターに対する命令の手段であると同時に、第三者に対しその意味内容を伝達することが可能であるという点で言語と同一の機能を有し、本件プログラムは、このような記号語によって作成者の思想を客観的に表現し、かつ、既存物を模倣することなく創作されたものであるから、学術の範囲に属する著作物に当たる。

３　本件プログラムは、訴外パシフィック工業株式会社の発意に基づき、かつ、その名義の下に公表する意図の下に、その業務に従事する技術者が、昭和五四年六月職務上作成した著作物で、右会社がその著作権を有していたが、原告は、同年七月三一日、同会社から右著作権の譲渡を受けた。

４、㈠　被告会社は、顧客から注文を受け、本件ゲームの内容とは別のゲームの内容を映し出すゲームマシンのコンピューター・システムの基板を取り外し、これを訴外電商サービス又は同株式会社セイコー製作所に持ち込んで、右基板に取り付けられたＲＯＭ又は必要に応じて追加したＲＯＭに本件オブジェクトプログラムを収納させ、この基板を顧客のゲームマシンに再び取り付けることによって、当該テレビ型ゲームマシンの受像機面上に本件ゲームの内容が映し出されるように改造した。

㈡　被告会社の依頼により訴外電商サービスらが行った本件オブジェクトプログラムの右収納行為は、被告会社自身の行った本件プログラムの複製行為に該当する。ただし、本件オブジェクトプログラムは、本件プログラムの記号語を機械語に変換したものであるが、右変換は開発用コンピューター等を用いて機械的に行われ、そこに何ら別個の著作物たるプログラムを創作する行為は介在しないのであるから、本件オブジェクトプログラムは本件プログラムの複製物にすぎず、本件オブジェクトプログラムの右収納行為は本件プログラムの複製物から更に複製物を作出したことに当たるからである。

仮に、右収納行為が被告会社の複製行為に当たらないとしても、被告会社の右改造行為は、訴外電商サービスらの複製権侵害行為によって作成された物を頒布する行為に該当する。

そして、被告渡辺は、被告会社代表者として、本件オブジェクトプログラムの右収納行為が他人の著作物の複製行為に当たることを知り、又は過失により知らないで右収納行為をし、あるいは、訴外電商サービスらの本件プログラムの収納行為が第三者の複製権の侵害に当たることを知りながら右頒布行為に当たったものであり、いずれにしても被告らは、不真正連帯の関係で、右不法行為によって原告が被った損害を賠償すべき義務がある。

５　被告会社は、昭和五四年九月上旬から同年一〇月末日までの間に合計一〇〇台以上の右改造行為をし、これにより一台当たり五万円前後の収入をあげているが、利益はそのうち二万円を下らない。したがって、被告会社が右侵害行為により得た利益の額は少なくとも二〇〇万円であり、原告は、これと同額の損害を被ったものと推定される。

６　よって、原告は、被告ら各自に対し、右損害金二〇〇万円とこれに対する不法行為の日の後である昭和五四年一一月一日から支払ずみまで民法所定年五分の割合による遅延損害金の支払を求める。

二　請求の原因に対する認否

１　請求の原因１の事実は認める。

２　同２、㈠のうち、記号語が第三者に対して伝達可能である点で言語と同一の機能を有すること及び本件プログラムが原告主張の過程で作成されたことは否認し、その余の事実は認める。同㈡のうち、「ゲーム」が人間社会における価値ある存在であることは認めるが、その余の事実は否認する。本件プログラムに使用されている記号語は人間に理解しうるものではなく、それ自体客観的に思想を表現するものと解することはできないから、本件プログラムは、思想又は感情を創作的に表現したものではなく、著作物に当たらない。また、本件プログラムは、著作権法第一〇条第一項各号に著作物として例示されているもののいずれにも属しないから、著作物ということはできない。

３　同３の事実は知らない。

４　同４、㈠の事実は認める。同㈡のうち、被告渡辺が被告会社の代表取締役であることは認め、その余の事実は否認する。被告らは、本件プログラムが著作物であり、その複製に原告の許諾が必要であることを当時知らなかった。被告らの業界においては、ゲームマシンのプログラムの内容を他のゲームマシンのＲＯＭに収納する場合、製作者の許諾を得ないのが通例である。

５　同５の事実は否認する。被告会社が関与した改造台数は一六台であり、これにより得た利益は一台当たり一万円前後にすぎない。

第三　証拠

本件記録中の書証目録及び証人等目録の記載を引用する。

理由

一　請求の原因1の事実は当事者間に争いがない。

二　右争いのない事実と証人小河文春の証言によれば、本件プログラムは、本件ゲームの内容を本件機械の受像機面上に映し出すことを目的とするものであって、本件ゲームの内容は、従前原告が販売していたテレビ型ゲームマシン・スペース・インベーダーのゲーム内容を改良したものではあるが、これを複雑化した独自の新規なゲームであり、本件プログラムも右ゲームのため従前のゲーム用のソフトウェア・プログラムとは別個独立に新たに作成されたものであること、本件プログラムは、まず、受像機面上に表現されるインベーダー等種々の影像並びにその数、大きさ、配列、順序、ミサイルの飛行速度、ビーム砲基地の大きさ、間隔、ビーム砲の大きさ、運動経路等の決定（仕事の分析）、次いで、右に決定された各種の影像を受像機面上に影像として映し出す情報としてROMへ収納するデータ情報の構成及びそのアドレスの決定、本件機械にコインが投入される前におけるデモプレイ時、コインが投入されゲームが開始された場合、並びにゲーム終了という一連の過程における影像の変化の基本的構成に関する解法の発見、すべての影像について、そのそれぞれを構成するための解法の発見、インベーダー、UFO、ミサイルその他受像機面上において変化運動する影像について、その進行方向、速度等についてそれぞれの解法の発見、これら相互間の処理の順序に関する解法の発見（仕事の設計）、右により発見された解法に従った簡略なフローチャートの作成、フローチャートに基づき記号語によるプログラムの作成（プログラミング）という一連の過程を経て完成したものであること、本件プログラムに使用されている記号語は、アッセンブリ言語と呼ばれているもので、その理解にある程度の専門的知識と経験を必要とするとしても、作成者の表現内容を第三者に伝達する機能を有するものであることが認められる。

　右の事実によれば、本件プログラムは、本件ゲームの内容を本件機械の受像機面上に映し出すことを目的とし、その目的達成のために必要な種々の問題を細分化して分析し、そのそれぞれについて解法を発見した上で、その発見された解法に従って作成されたフローチャートに基づき、専門的知識を有する第三者に伝達可能な記号語（アッセンブリ言語）によって、種々の命令及びその他の情報の組合せとして表現されたものであり、当然のことながら右の解法の発見及び命令の組合せの方法においてプログラム作成者の論理的思考が必要とされ、また最終的に完成されたプログラムはその作成者によって個性的な相違が生じるものであることは明らかであるから、本件プログラムは、その作成者の独自の学術的思想の創作的表現であり、著作権法上保護される著作物に当たると認められる。

三　証人小河文春の証言によって真正に作成されたものと認める甲第四号証の一ないし三及び同証言によれば、請求の原因3の事実が認められる。

四　請求の原因4、(一)の事実は当事者間に争いがない。

　ところで、証人小河文春の証言及び弁論の全趣旨によれば、本件機械のコンピューター・システムのROMに収納されている本件オブジェクトプログラムは、本件プログラムに用いられている記号語（アッセンブリ言語）を、開発用コンピューター等を用いて、コンピューターが解読できる機械語（本件の場合二個の一六進数を単位として表現される。）に変換した上、これを電気信号の形で本件機械のROMの記憶素子に固定して収納されていること、右記号語から機械語への変換は、右両言語が一対一の対応関係にあるため機械的な置き換えによって可能であり、そこに何ら別個の著作物たるプログラムを創作する行為は介在しないこと、このROMに電気信号の形で固定して収納されている本件オブジェクトプログラムは、ロムライター等の複製用具を用いて、他のROMに電気信号の形で収納することができるものであり、訴外電商サービスらは、右の手段で本件オブジェクトプログラムを他のゲームマシンのROMに収納したこと、そしてROMは、プログラムを収納すると、一定の操作によってこれを消去しない限り、プログラムを記憶し続け、右ROM内の情報（プログラム）はコンピューター・システムの電源スイッチが入ると中央演算装置（CPU）によって読みとられ、CPUが順次その命令を実行し、ゲームマシンの受像機面上に本件ゲームの内容を映し出すものであることが認められる。

　右事実によれば、本件オブジェクトプログラムは本件プログラムの複製物に当たり、訴外電商サービスらの本件オブジェクトプログラムを他のROMに収納した行為は、本件プログラムの複製物から更に複製物を作出したことに当たるから著作物である本件プログラムを有形的に再製するものとして複製に該当する。

　そして、被告会社が注文を受けた顧客のゲームマシンのコンピューター・システムの基板を取り外して、これを訴外電商サービスらに持ち込み、右基板に取り付けられたROM又は必要に応じて追加したROMに本件オブジェクトプログラムを収納せしめた行為は、右訴外人らを被告会社のいわば手足として使用したもので、被告会社自身が本件プログラムの複製行為をしたものと評価できる。

　右収納行為をした当時被告渡辺が被告会社の代表取締役であったことは当事者間に争いがなく、被告会社代表者兼被告本人尋問の結果によれば、被告渡辺は、昭和五四年八月ごろ、原告が当時新製品として発売した本件機械の定価が五〇万円を超えており、ゲームマシンを設置ないし賃貸している業者が既存のゲームマシンを安価に本件機械に改造することを希望していたことから、その改造を計画し前記の複製行為をしたことが認められる。

　右事実によれば、被告会社が右複製行為をするにつき、被告会社代表取締役であった被告渡辺は本件プログラムが原告あるいはその他第三者の作成にかかるものであることを知り、又は少なくとも過失によってこれを知らなかったことが認められるから、右複製行為は故意又は過失によってされたものというべく、被告らは不真正連帯の関係で、右不法行為によって原告が被った損害を賠償すべき義務がある。被告らは、本件プログラムが著作物であり、その複製に原告の許諾が必要であることを当時知らなかった旨主張するけれども、右は法の不知というべく、被告らの右賠償責任の成立に消長を来たさない。

五　いずれも成立につき争いのない甲第一号証、乙第三号証、被告会社代表者兼被告本人尋問の結果によりいずれも真正に作成されたものと認められる乙第一号証、乙第二号証の一ないし五、同尋問の結果（後記採用しない部分を除く。）、証人小河文春の証言（後記採用しない部分を除く。）によれば、被告会社は、昭和五四年九月中には一日一台、五日五台（乙第三号証の書面の同日欄の三段目の二八万円は三台分と認められる。）、六日・九日各一台、一八日二台、二一日・二三日・二五日・二六日・二七日各一台、一〇月中には二日一台、四日二台、五日一台、九日二台、一三日・一七日各一台、一八日二台、二三日・二四日各一台合計二七台のゲームマシンにつき前記複製行為をしたこと、一台当たりの利益額は平均二万円と認められる。証人小河文春の証言及び被告会社代表者兼被告本人尋問の結果中の右認定に反する部分は採用できない。したがって右一台当たりの利益二万円に改造台数である二七を乗じた五四万円が本件著作権侵害行為により被告会社が得た利益の額と認められ、原告はこれと同額の損害を被ったものと推定される。

六　よって、被告らは各自、原告に対し、原告の右損害金五四万円及びこれに対する右不法行為の日の後である昭和五四年一一月一日から支払ずみまで民法所定年五分の割合による遅延損害金の支払をなすべき義務があり、原告の本訴請求中、右義務の履行を求める部分は理由があるからこれを認容し、その余は失当であるからこれを棄却し、訴訟費用の負担につき民事訴訟法第八九条、第九二条、第九三条の各規定を、仮執行の宣言につき同法第一九六条の規定をそれぞれ適用して、主文のとおり判決する。

東京地方裁判所民事第二九部

裁判長裁判官　牧　野　利　秋

裁判官　清　水　　篤

裁判官　設　楽　隆　一

別冊　説明書

I　ゲームの概要

タイトー・スペース・インベーダ

テレビ画面に現われ、ジグザグコースをたどり、いろいろなミサイルを発射しつゝ進攻して来るインベーダや、その背後に時々現われ、画面を横断飛行するUFOをビーム砲で撃って爆破、消滅させ、その得点を競うゲームである。

ゲーム機にはテーブル型とアップライト型とがあるが、ゲームの本質は全く同一である。

プレイは一人でも二人でも行い得るが前者は1コイン、後者は2コインである。

二人プレイのときは一人のプレイヤのビーム砲が爆破される都度プレイヤの交替が指示され、かつ、テーブル型ゲーム機では画面が天地反転する。

インベーダは、一列に十一個、五列横隊で進攻して来る。最初の出現時最前の二列のもの（10号インベーダ）は一つ当り十点、次の二列のもの（20号インベーダ）は一つ当り二十点、最後列のもの（30号インベーダ）は一つ当り三十点、第四回以降現われる20号インベーダに当てる事により現われる分身インベーダは三十点と定められているが、UFO撃墜時の得点は五十点の整数倍（五十点、百五十点、二百点、三百点）の不特定点であり、一定していない。又点滅UFOの得点は五百点である。

インベーダよりのミサイル発射は一見したところではランダムであり、発射頻度も一定ではない。

画面の手前側にはビーム砲基地として四基のバリヤが設けられ、ビーム砲はその背後（手前側）に設けられる。

プレイヤはビーム砲位置コントロールレバーを操作、ビーム砲を移動させ、かつ、ビーム砲発射ボタンを押してビーム（タマ）を発射する。

ビームがUFOやインベーダに命中すると、それらは爆破され消滅し、対応する得点が与えられ、スコア表示部に加算記録される。

インベーダの数が少くなると、その動作が次第に活発になり、移動速度のみでなくミサイルの発射頻度も増加する。

全部のインベーダが消滅すると第三回までは新たに前と同形、同数の一隊が、第四回以降は20号インベーダの位置がかわってやゝ基地寄りの位置に出現し、戦闘が続行される。そのため、インベーダの横列とビーム砲基地との間隔が次第に狭くなるので、ゲームの進行に伴い高度の技術が要求されるようになる。

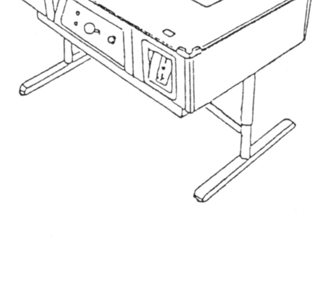
得点が一定レベル（千点又は千五百点）に達すると、ボーナスとしてビーム砲が一門追加付与される。

技術優秀なプレイヤは四～五千点以上得点し得る。

最高得点記録部には、電源が投入されてから後、そのゲーム機で行なわれたゲームの得点が五千点以上の最高得点が表示される。

五千点以上の最高得点が取れた場合最高得点表示部の上部に合計十文字までアルファベット文字にてプレイヤの名前を登録することができる。

テーブル型ゲーム機の形状は左図の通り。



II　プレイオフ時のデモンストレーション

ゲームの行なわれていないときは、周囲の人々の注意を引き、ゲームを勧誘するためのディスプレイ、又はアトラクションが行なわれる。この期間中は効果音がない。

このシーケンスの詳細は次の通りである。

一、画面の上方にスコア表示部が、下方にはタイトーコーポレーションの文字とクレジット数表示部が現われる。

中間部に大きくスペースインベーダ・パートⅡの文字を表示する。

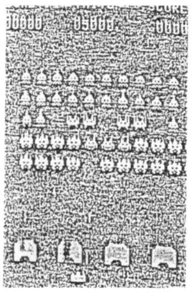
二、中間部に二種類のUFO及び四種のインベーダのモデルと配点表が現われる。

UFOの?MISTERYは点数が不定であることを示す。

三、インベーダ、バリヤ及びビーム砲が表われ、模擬戦が行なわれる。

インベーダとビーム砲の動き、ビームとミサイルの激しい撃ち合い、いくつかのインベーダの爆死、バリヤの崩壊、そしてビーム砲にミサイルが命中、爆発消滅するまでの戦闘シーンが展開、表示される。

この模擬戦のパターンにはいくつかのバリエーションがある。



四、コインを入れよとの指示及び料金表が現われる。

五、以下、右記第一項ないし第四項記載のプロセスが順次繰返される。

この期間中、効果音は発生せず、サイレントである。

このデモンストレーションは、コインが投入されるまで続けられる。

Ⅲ　コインを投入すると

コインを投入すると、前記のデモンストレーションは終了し、ゲームを始めるためプレイヤボタンを押せとの指示が現われる。

投入したコイン数はクレジット数として表示される。

クレジット数が1のときは、1プレイヤボタンを押せとの指示が現われる。

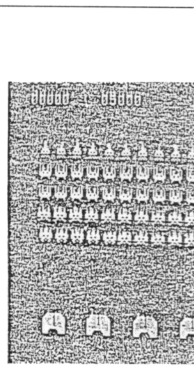
クレジット数が2以上のときは、1又は2プレイヤボタンを押せとの指示が現われる。

Ⅳ　1プレイヤ・プレイ

一、一人でプレイするときは1プレイヤボタンを押す。

1プレイ1コインであり、通常ビーム砲三門（但しゲーム機械のスイッチ切替により可変）が与えられる。

二、スコアボードのスコア(1)のスコア（○○○○○）がフラッシングし、一人でプレイできるむねの表示をし、次に上部より定位置まで横五列縦十一列に整列したインベーダの隊列が降りて来る。又基地のバリヤ四基が現われ、最下段にはプレイフィルドの下限を示す横線と使用できるビーム砲の門数を示す数字3、予備のビーム砲二門及びクレジット数を示す二桁の数字が現われる。



次いで右記横線の左端上方に最初に使用するビーム砲が表われる。

三、インベーダは前記のジグザグ運動とミサイル攻撃を始めるからプレイヤはビーム砲にミサイルが命中しないように、その位置コントロールレバー又はボタンを操作して、攻撃をかわしながらビーム砲発射ボタンを押して、ビームを発射しインベーダや時々出現するUFOを攻撃し消滅させる。

これらについては後に具体的に詳述される。

四、後列のインベーダを消滅させると高得点が得られる上、連続的にビームを発射して縦一列のインベーダを消滅させるのは容易である。このようにすると高得点が得られ、ミサイルの飛来する範囲が狭くなり、バリヤの破損が少くなり、同時にインベーダの隊列の後方に出没するUFOを撃墜できる可能性が増大する。また消滅させた縦列が最右翼又は最左翼の縦列であるときはインベーダの左右動のスパンが大きくなるため、前進運動の行なわれる時間間隔が長くなるという利点もある。

ビーム砲が破壊されるのを恐れて、頻繁に退避を繰返えしていると、高得点が得られないうちにインベーダに基地を占領されゲームオーバとなってしまうが、強気で立ち向かうとミサイルを避けきれなくなる。

その上、インベーダの数、大きさ、ミサイル発射頻度、ミサイル飛行速度、バリヤの大きさ、間隔、ビーム砲の大きさ、並びにそれらの配置や運動経路等々は、右記の戦略、戦術上の利害がうまく平衡するように巧妙に案出、設計されている。

五、画面上のインベーダの数が少なくなると、インベーダの動きが次第に活発となり、移動速度のみでなくミサイルの発射頻度も早くなる。

最初のインベーダを全部消滅させると、UFOにインベーダが乗ってS・O・Sを発しながら上部へあがって行く。

再び五列五五個のインベーダが上部より現われるが、その時の下降停止位置は、最初の下降停止位置より基地寄りとなっている。

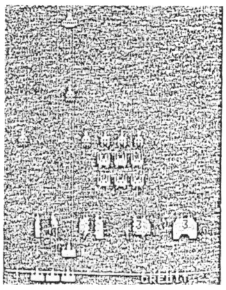
このインベーダの消滅、再出現は、ゲームオーバになるまでの間何回でも繰返えされるが、その再出現位置は通常、若干基地寄りである。但し、その

再出現位置が一定の限度に達すると一旦後退し、そこから前と同じ前進プロセスが繰返えされる。

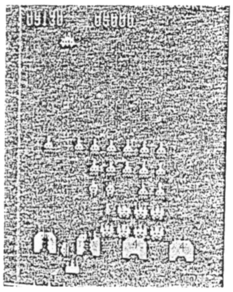
これらの構成により、得点が上がるに従って、ゲームの難度が上がり、得点を得ることが次第に困難になる。

一定限界以上の得点（千点又は千五百点）を挙げるとボーナスとしてビーム砲一門が与えられる。

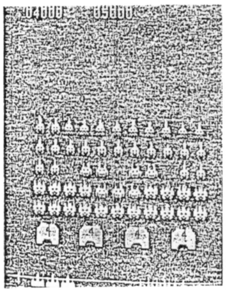
二回インベーダを全部消した後、三回目よりの戦闘で最上段のインベーダが消えているときUFOより30号インベーダを最上段に落すときがある。



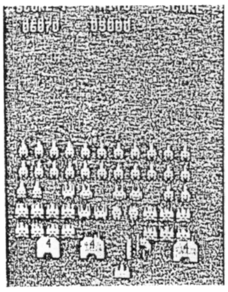
このときUFOより落ちて来ている30号インベーダにビームが当ると、インベーダはバリヤの位置まで落下し、バリヤの役目をする。



六、三回全部インベーダを撃破し、四回以降インベーダが現われる場合の20号インベーダの配列形態が変って来る。



ここで20号インベーダにビームが当ると二〇点得点し、その後20号インベーダの横に他のインベーダがある場合はそのインベーダと共に変身インベーダとなり、20号インベーダの横にインベーダが無く空いていれば20号インベーダは2匹の分身インベーダとなる。

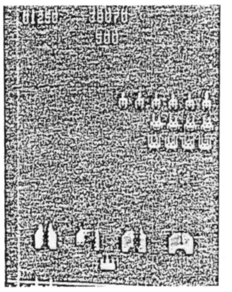


七、ビーム命中時の得点は次の通り。

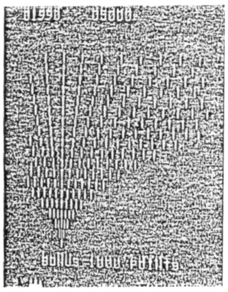
10号インベーダ……一〇点
20号インベーダ……二〇点
30号インベーダ……三〇点
分身インベーダ……三〇点
変身インベーダ……三〇点
UFO…………五〇点、一〇〇点、一五〇又は三〇〇点。
点滅UFO………五〇〇点。与えられる点数はその都度表示される。

ボーナス得点

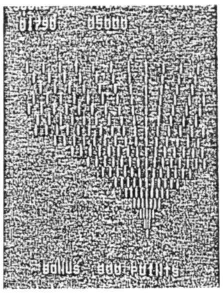
五段十一列のインベーダの中、左端一番下のインベーダを一番最後に消すと千点加算され、花火が出る。

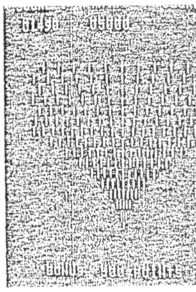


五段十一列のインベーダの中、横十一列の真中（左右より六番目）の一番下のインベーダを最後に消すと八百点が加算され、花火が出る。



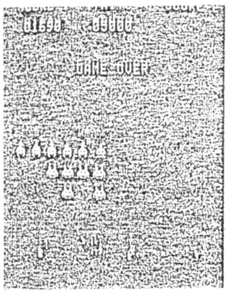
その他の縦5列の内下2列のインベーダを最後に消せば五〇〇点加算され、花火が出る。





得点の合計は、スコア(1)に表示される。

八、ビーム砲が全部破壊されたとき、又はインベーダにより基地が占領されたときはゲームオーバとなる。



その時の得点がHI・SCOREに記録されている過去最高点以上であればその記録が更新され、自分のイニシャル等を登録することができる。

クレジット数が0であるときは、前記第II節の「プレイオフ時のデモンストレーション」が始まるが、クレジット数が1以上であれば、第III節「コインを投入すると」のときの状態にもどる。

V 2プレイヤ・プレイ

プレイの本質は1プレイヤ・プレイと全く同一である。

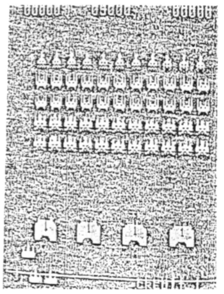
2プレイヤボタンが押されると、クレジット数が2だけ減じられ、スコア(1)のスコアがフラッシングし、プレイヤ(1)からゲームを始めるよう要求する。テーブル型ゲーム機のプレイヤ(1)は、コイン投入口やプレイヤ・ボタンのある側に着座しているプレイヤである。

前記1プレイヤプレイのときと同様のプロセスにより、プレイヤ(1)がプレイし一つのビーム砲を失うと、プレイヤ(2)の番になる。

然るときは、スコア(2)のスコアがフラッシングしてプレイヤの交替をうながす。

テーブル型ゲーム機では、画面が天地反転するので、プレイヤは座席を交替することなくゲームを続行し得る。

以下、いずれか一方のプレイヤがゲームオーバとなるまでは交替でプレイ



が行なわれ、両プレイヤがゲームオーバとなると、そのゲームは終了する。

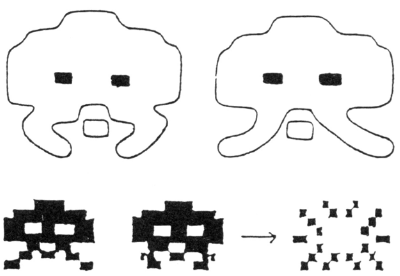
ゲーム終了時のプロセスも1プレイヤプレイのときと同一である。

Ⅵ インベーダの詳細

一、10号インベーダ

10号インベーダは最前の二列に各列十一個宛配置されるものであり、足が動く。

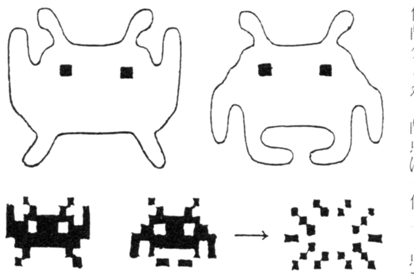
また、これを爆死させたときの得点は一個につき十点である。



二、20号インベーダ

前より数えて第三、第四の横列に各十一個配列され、配点は一個二十点である。

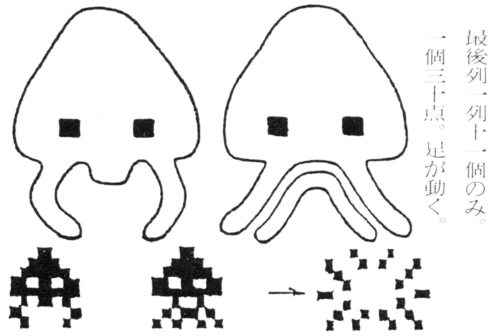
足の動きと合わせて手を上げ下げする。



三、30号インベーダ

最後列一列十一個のみ。

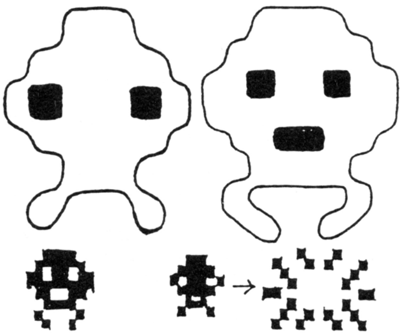
一個三十点。足が動く。



四、分身・変身インベーダ

第一列より第四列迄現われる。

一個三十点。



五、運動

インベーダは横五列縦十一列に整列して上方より表われ、隊列を組んだまま、一斉に左右に交互に移動する。

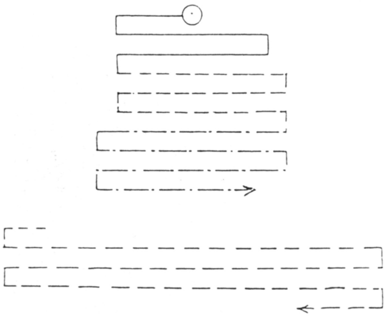
プレイ中はドッド、ドッドという効果音に合わせて足を動かし行進する。

また20号インベーダは足に合わせて手も上げ下げする。

最右端又は最左端の列が画面の端部に到達するとインベーダは一段前進(基地側に移動)すると共に、左右の移動方向を反転する。

インベーダの進行経路は、例えば左図の如くである。

図中実線は最右翼の第一縦列及び最左翼の第十一縦列がいずれも消滅しない状態、破線は第一列が消滅した状態、一点鎖線はさらに第十一列が消滅した状態、点線は他の列のインベーダがすべて消滅した状態における中央の第六列に属するインベーダの運動経路を示すものである。



六、消滅と再出現

各インベーダはビーム砲のビームが当ると爆死、消滅する。

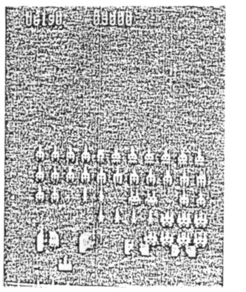
但し、第四回目以降の20号インベーダにビームが当ると二十点得点し、爆死しないで分身インベーダになる。

(写真)

隊列進行のピッチは、インベーダの残が減少するのに応じて短縮され、最後の一個ともなると猛烈に速く、あたかも飛び跳ねるようになり、ミサイル発射速度も頻繁となるのでこれを仕止めることが困難になる。

また、最初に出現した五列五五個のインベーダがすべて消滅せしめられると、最初と同種同数のインベーダの隊列が、最初の横移動開始位置よりも少し前進した位置に上方より現われ、侵攻のピッチは一旦ゆるやかとなる。

この再出現は、ゲームオーバとなるまでは何回でも繰返えされるが、再横移動開始位置は次第に前進するので基地侵入までの所要時間が次第に短縮され、発射されたミサイルを回避することも次第に困難となる。



但し、再出現位置が一定限度に達すると、一旦後退し、再び接近再出現プロセスが繰返えされる。

七、ミサイル発射

進行中、最初のインベーダは一見したところではランダムに見えるようにミサイルを発射する。

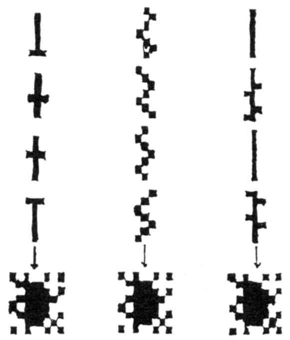
前方のインベーダが消滅すると順次その後方インベーダがミサイルを発射する。

ミサイルがビーム砲又はビームに命中すれば、爆発しどちらも消滅する。

また、バリヤに命中するとその一部を破壊し消滅させる。

ミサイルの発射は一見したところではランダムに見えるが、ビーム砲のある部分に飛来する確率はやゝ高く設定されている。ミサイルの飛行スピードも全部が、全部同一ではない。

ミサイルは三種あり、その形状、進行方式、爆発パターンは次の如くである。



Ⅶ ビーム砲詳細

プレイが始まるとき、ビーム砲は常に画面の手前側左端に現われる。

ビーム砲はゲーム機のコントロールレバー又はボタンを左右に押すことにより移動できる。

ボタンを右又は左に押している間、ビーム砲は一定速度で右又は左に移動し、ボタンを離すと停止する。

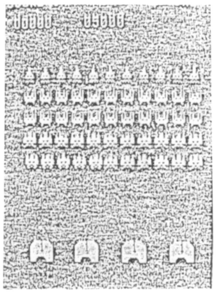
ビームはビーム砲発射ボタンを押すことにより発射され、短い直線として表示され、直進する。

ビーム砲は通常1コインに付き三門与えられるが、プレイヤの得点が千点（又は千五百点）以上となるとボーナスとして更に一門与えられる。ゲーム機内部のスイッチを切換えることにより、右の砲門数は最大六門まで増加でき、また、ボーナスを与えるべき点数が切換えられる。

ビーム砲又はビームにミサイルが命中すると爆発し、いずれも消滅する。予備のビーム砲があれば、それを使用できるが、最後のビーム砲が消滅するとゲームオーバとなる。また予備のビーム砲が残っていても、基地をインベーダに占領されるとゲームオーバとなる。

ビーム砲、ビーム及びそれらの消滅パターンは次の通りである。

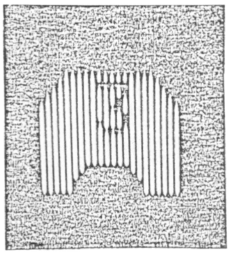
Ⅷ　バリヤ詳細



画面の手前側に固定したバリヤが四基現われる。

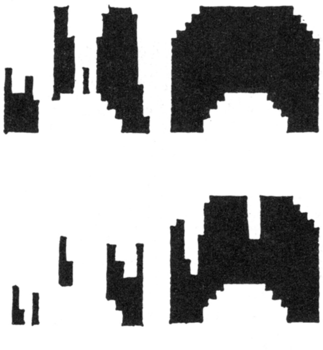
バリヤの中には数字が示され、これは何回目のインベーダ出現したかを現わす。

バリヤにミサイル又はビームが当るとその部分が部分的に消滅する。



これらのパターンは次の通りである。

バリヤのある所（又はあった所）をこえ、ビーム砲のあるところまで最前列のインベーダが侵入するとゲームオーバとなる。



Ⅸ　UFOの出現と消滅

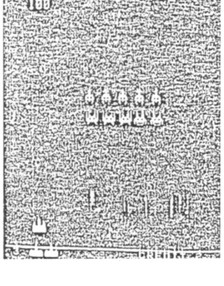
一、スコアボードの直下、インベーダ隊列との間に、時々UFOが現われ、ピコピコ飛行音を発しつゝ画面を横断する。

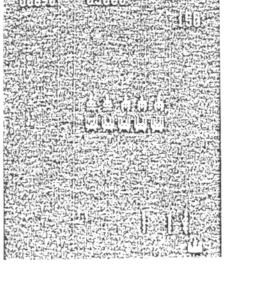
飛行方向は右から左、又は左から右であり、一定していない。

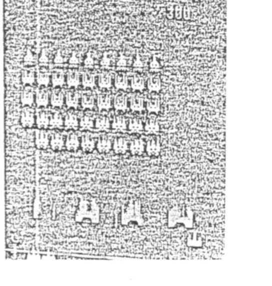
UFOの出現は約二〇ないし二五秒に一回の割合であるが、インベーダの個数が7以下となると出現しなくなる。

UFOはビーム砲で破壊し得るが、このUFOを撃墜したときの点数は不定であり、五〇、一〇〇、一五〇又は三〇〇点のなかゝらランダムに選ばれる。

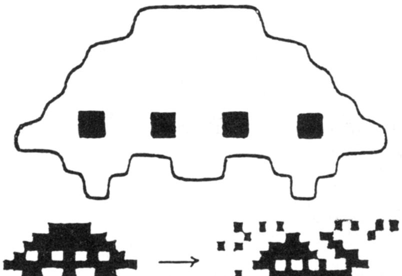
UFO及びその消滅時のパターンは次の通りである。

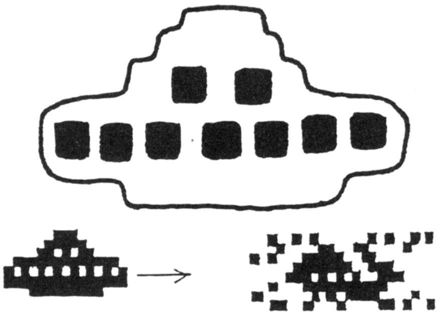






二、通常のUFOとは別に時々点滅UFOが現われる。これに当ると五〇〇点の得点となる。





連載

遊園地の文化史

第十三回

遊園地と遊戯機械・施設の誕生と発展

中藤保則

第二部、アミューズメント産業の先駆者達

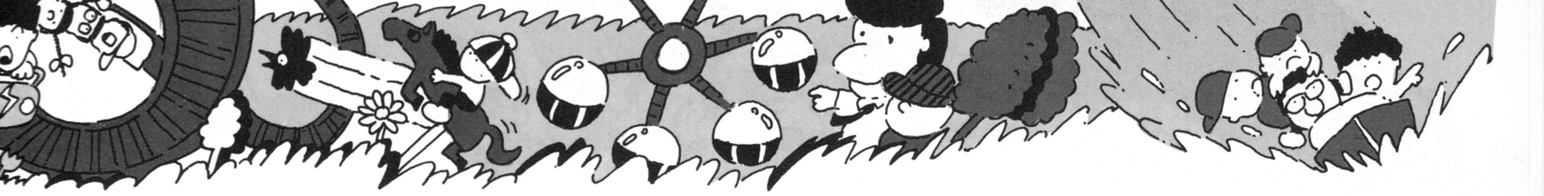
第一章　遠藤嘉一氏の偉大な足跡

(3)　自動木馬から多彩な機種へ

昭和一〇年頃に日本娯楽機製作所が制作したというカタログが、現在でも遠藤氏の手元に残っている。それを初めて見せていただいたのは、九年前のことであるが、今あらためてそのコピーを見直しても驚きを禁じ得ない。最初の時の驚きは、機械娯楽の原型とバリエーションがほとんど含まれているというものであったが、テレビゲームが登場して、急速な発展をとげ、そして、機械娯楽の主流にまで成長した感がある現在においても、その驚きはまったく変わりがなかった。

カタログは「日本娯楽商報」と名づけられている。三人の少年が自動木馬にまたがった写真が表紙のタイトルの下に掲載されており、右端の白馬にまたがった少年は、ハチマキをしめている。当時、天皇がお乗りになる白馬は、自動木馬の中でも最も人気が高かったという。

自動娯楽機、自動販売機、電気自動車、電気ボート、豆汽車、射撃機、スポーツランド設計、その考案製作販売。住所は東京市浅草区駒形二丁目五ノ四、電話浅草(84)一四三七番。大阪市南区大和町十一番地、電話南(75)四六八二番。



昭和八年二月に移転した駒形の住所である。当時、すでに大阪、東京とも電話の局番は二桁だったものとみえる。遠藤氏の話では、昭和十年頃に製作したカタログであるらしい。内容はまさに驚嘆に値するものである。

納入先御芳名という欄には、次のような名が並んでおり、日本娯楽製作所の発展を如実に物語っていると考えられる。

東京　浅草松屋、伊勢丹、上野松坂屋、銀座松坂屋、宝塚劇場、国際劇場、豊島園、大宮八幡園、東京地下鉄株式会社。横浜　壽百貨店、横浜松屋、保土ヶ谷銀座。横須賀　さいか屋。静岡　田中屋。熱海　聚楽、大野屋。日光　金谷ホテル、鬼怒川　鬼怒川温泉ホテル。佐世保　玉屋百貨店。福岡　玉屋百貨店、岩田屋。新潟　小林百貨店。大分　トキワ百貨店。満州　登喜和百貨店　宝山デパート。名古屋　松坂屋、宝塚劇場、多岐鉄道株式会社。京都　丸物百貨店、大丸百貨店。大阪　阪神急行電鉄宝塚新温泉、阪神甲子園ルナパーク、南海高島屋、大鉄百貨店。浜松　松菱百貨店。岡山　天満屋。北海道　丸井百貨店。広島　楽々園。別府　鶴見園、別府ケーブル。

北は北海道から南は九州まで、そして満州にもすでに進出していたわけである。この納入先のなかで、東京地下鉄株式会社というのは、昭和二年上野、浅草間二・二キロに開通した日本初の地下鉄である。料金は十銭であった。昭和六年に業平橋、浅草間が延長になり、東武電車が浅草に乗り入れている。日本最初の地下鉄の浅草駅は、地下鉄の塔と呼ばれていたモダンなビルで、いわばレジャー施設も備えた駅ビルの元祖的存在であり、浅草名物のひとつだった。

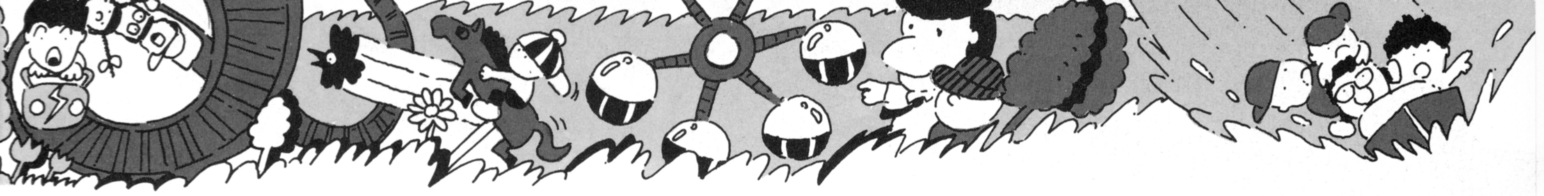
川端康成の「浅草紅団」の重要な舞台のひとつであり、それによると、一階は売店となっていて、若草、花咲、たまだれ、雛菊、甘納豆などの日本菓子と、フルーツゼリー、キャラメル、チューインガム、チョコレートなどが、ガラスケースの中に並んでいた。その土産売場の左が料理の見本棚で、御飯、パン、コーヒー、レモンティ、ソーダ水から、ビフテキ、カツレツ、ロールキャベツ、ビーフシチュウなどまで、多彩なメニューがあった。二階から五階まで、それぞれ壁紙

の色や装飾燈まで違えた清潔な食堂になっており、定員十三人のエレベーターで、四〇メートルの展望台に上ることができた。そこは教会の屋根の鐘楼のような丸いコンクリートの尖塔で、東西南北に四つの見晴らし窓があり、窓の裾は金網、壁は裾だけ緑色で、上は薄水色、円い天井にガラスの装飾燈がとりつけてあった。

「浅草紅団」は昭和四年に書かれた。したがって遠藤氏が活躍を始める前のことである。昭和六年に浅草松屋のスポーツランド登場。遠藤氏製作の機種が広まってゆく。ただ、前述のように国際劇場の完成は、昭和十二年七月である。この名前が納入先のリストにあるところをみると、カタログの制作も昭和十二年以降ということになる。いずれにしても昭和十年代初頭のアミューズメントマシン一覧であるわけだ。遠藤氏は完成した国際劇場の地下を全部使っていたという。日劇の地下も同様であった。

カタログの製品を名称と簡単な特色だけ紹介することにしよう。本当は写真入りで詳細まで紹介したいのだが、それではこの連載の一ヵ月分をすべてさいても追いつかないことになる。

○実用新案登録済最新形電気自動車（長さ五尺五寸、巾二尺五寸、直流六ボルト $\frac{1}{4}$馬力、スプリングつきハガネ板バンパーを取りつけている、定価二百三十五円）○電気自動車○実用新案登録済自動歩行象（これについては後述する機会があるが、高さ五尺五寸、巾六尺、十二ボルトの直流、$\frac{1}{4}$馬力。六人の客を乗せて鼻を動かしながら歩く。写真には一人の少年が乗っているが、現サクラ娯楽㈱社長若田部元幸氏であるという。一頭千三百五十円）○実用新案登録最小型電気自動車（十才位までの子供用、前部が動物の形をしており、現在のバッテリーカーと同様である）○動物射的（象やライオンなど動きまわる十数種の動物をコルク銃で打つ。命中すれば倒れてサイレンが鳴る。魔法玉落とし、鳥落とし、文字合わせなどのバリエーションがある）○魔法玉（風圧で吹き上がるセルロイドの玉をコルク銃で打つ。前出のバリエーションのひとつ）○襲撃（射撃練習機、空気銃を使用した本格派、的と背景は金属製で飛行機、タンク、列車、動物等、命中



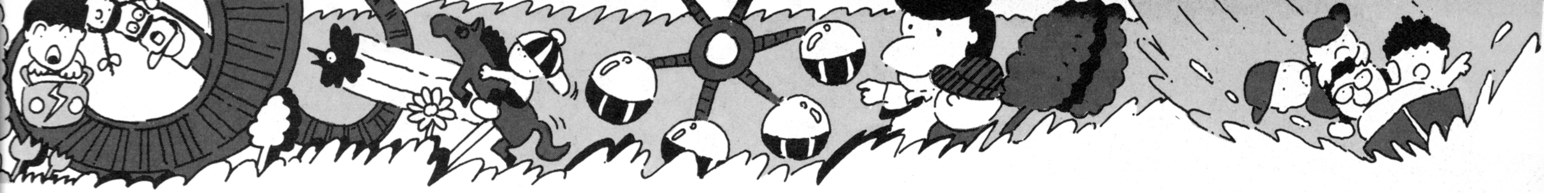
すれば倒れてサイレンが鳴る。倒れた的は自動で起き上がる）○シューチング（空気銃使用の射撃練習機、金属製軍艦に大中小の的を設け、命中すればそれぞれ二十五、五〇、百点の数字が点燈する。電動で波を動かし、軍艦が進んでいるように見える）○香水自動販売機○香水噴霧機○香水自動販売機（小瓶の販売、噴霧兼用）○飲料水自動販売機○自動販売機（酒、油、醤油等）○おどけ鏡○力試し砲丸上げ○力試し引力計○力試し棒押し○力試し虎の尾引き○握力計○打力計○腕角力○力量計○腕力計○驢馬嘶かせ（各種力試しについては前述）○卓上競馬機（二人が一銭ずつ投入し、同時にハンドルを廻せば、腕力のあるものほど早くゴールに馬を進められる）○卓上ボートレース（赤白二隻のボートに人形が三人ずつ乗っている。二人が一銭ずつ入れてハンドルを廻しゴールへ進める）○フットボール（二人が一銭ずつ入れるとボールが一個でる。ハンドルで人形の足を動かし、相手の人形の背後のゴールに入れる）○ボーリング（巾三尺、長さ三間、今もあるボーリングゲームとほとんど変わりない。一銭を入れてハンドルを引くと十個のピンが磁石によって並び、ボールが手元に転がってくる。そのボールを転がしてピンをはねあげる）○食券或いは入場券自動販売機○切符自動販売機（この頃には自動販売機は電動になっていた）○玉遊菓子自動販売機（パチンコタイプのプライズマシンである。この製品はバスケットボールをフィーチャーしたもの）○玉遊菓子自動販売機（同じくベースボール）○菓子販売機付玉運び機（一銭を投入するとプレイ盤上に一個の鉄球がでる。それを下部右端の鉄棒で静かに運び上げ、最後部まで上げれば合格。ただし、途中で落としても菓子がでてくるようになっていた由）○菓子販売機付リレー競技機（前記のバリエーション）○高級玉遊び（パチンコタイププライズマシン）○最新コンタクトボール（スマートボールと変わらない）○ベースボール遊戯器（料金押入れ器に五銭のせて、フィールド上の球が全部落ちるまで押し込み、さらに引き戻しておく。把手を押すと球は一個ずつ球道にでてくるので、それをプッシュ・ロッドではじくと、球は各ベースのホールへ落ちる。野球のルールにしたがって球は各ベースを自動的に進み、ホームインす

るとスコアボードに記録される。当時としては驚くほど精巧な野球ゲームである）○最新式野球ゲーム機（前記の小型版）○野球ゲーム（より自動化された野球ゲーム）○ダイヤボール（スマートボールのバリエーション）○カホボール（同様な遊びであるが、フィールド上の左右の下部にバンパーが設けてあって球がはじかれる。つまりフリッパーの意識が芽ばえているのである）○マトスコープ（活動写真使用のぞきめがね）○自動活動写真機（同上）○発声自動映画機（伴奏つき自動活動写真機）○普通おみくじ機○生まれ月別占い機○社殿形高級稲荷おみくじ機○神社形高級おみくじ機（前述の巫女とキツネが登場するものである）○メリーゴーランド（直径六尺、高さ一尺六寸、五人乗りの小形回転木馬）○滑り台○ツバメ電動推進機（六ボルト直流の船外機つきモーターボート）

以上が「日本娯楽商報」の全機種である。このような簡単な説明では全体像をとらえようもないだろうが、それでも遠藤氏がみずから手がけた多彩な機種の一端は想像できると思われるし、懐かしい遊びに再開した感慨を抱く人もいるだろう。

遠藤氏の記憶によると、先のリストの豊島園には、木馬を五台とおみくじ機を納めたという。また、昭和五年に、花屋敷にパチンコタイプを納入した記憶もある。佐世保と福岡の玉屋百貨店には、射的、おみくじ、木馬を、新京や朝鮮にあった宝山デパート、あるいは登喜和百貨店などにも何機種かもっていった。また、リストにはないが、ハルピンにあったマルショウ百貨店にも、木馬を五台納めにいったこともあるという。これらの納入先の開拓も納品も、遠藤氏みずからでかけていったのであった。五台の木馬を持ってハルピンまで出向いても、十分利益があったそうである。当然納入先も、それにまさる利益があったということになろう。何といっても自動木馬は、どこに持ち込んでも初めてその種の機械を見る人にとり囲まれ絶大な人気を博したのである。

東京の伊勢丹は昭和八年から屋上に木馬などを納めはじめたという。これら納入先のリストを見ていると、まるで初期のデパートのオンパレードであり、興隆期にむかう私鉄の名もいくつか

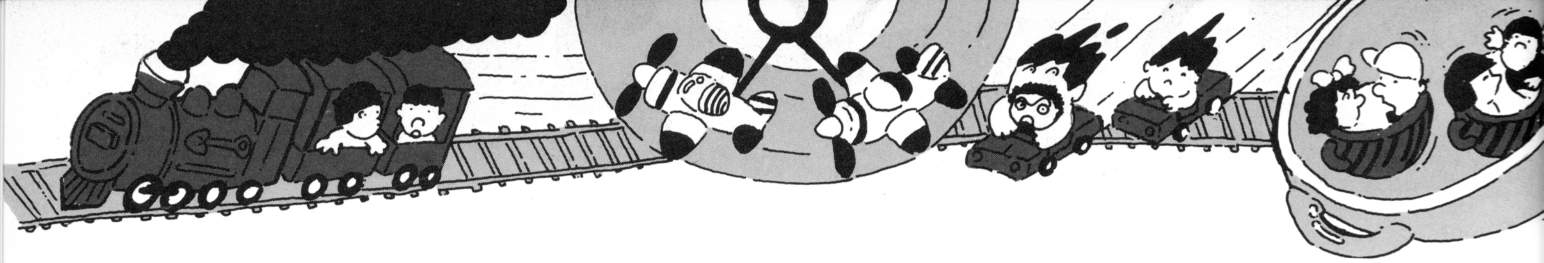


ラックと一緒にぜひ入隊してくれという。なにぶん仕事もできない状態であった遠藤氏は、勧誘に応じて隊に勤務することになった。隊での任務は、トラックに乗って町工場へ行き、製造している軍需製品を点検して隊に報告するだけのことである。仕事好きで、じっとしているのが嫌いな性分であり、自分の手で新しい分野を切り開いてきた男にとっては、およそつまらない仕事でしかなかった。そのかわり、隊の規律に拘束されることも少なく、軍需の認可証をつけたトラックを自由に乗りまわしていたという。アミューズメント産業の先駆者には戦争などまったく似つかわしくない。狂乱に陥ってゆく世相に背をむけ、むしろのんびり暮らしていたと当時を回顧している。

　昭和二〇年八月十五日、終戦。輸送隊の隊長は、敵兵が攻めてくると女・子供は危険だから山奥にでも隠したほうがよいという。隊員は先を争ってトラックに家財を積みこんで四散した。輸送隊だけにお手のものだったのである。隊長の姿は既になかった。遠藤氏も自分のトラックに家財を積みこんで、とりあえず奥多摩のほうをめざしたが、預ける家もなく結局持ち帰ることになった。駒形の家は焼けたものの、二子玉川の家は残っており、駐留軍も周知のとおりであったから、それでよかったわけである。

　翌年、遠藤氏は前述の大宮八幡園の株の八割を、二十五万円で買う。自分の思いのままの遊園地を建設したいと考えたからである。だが、時代を先取りしてきた先駆者の行動は、この時ばかりは少し早すぎたようである。土地は確保しても設備をつくる資材は思うように手に入らず、資金も使い果たしていた。夢は実現に至らないままで終わり、大宮八幡園の株も昭和三十三年には手放すことになった。数少ない心残りのひとつであり、かつ最大のものであろう。

　しかし、会社の再建は順調に進んだ。昭和二十一年十二月になると、浅草松屋が再開された。当初は一階から三階までをとりあえず開くということであり、一階の一角五〇坪をスポーツランドにあてることになった。株を買った後のことであり、資金がなかったので、松屋から五万円借

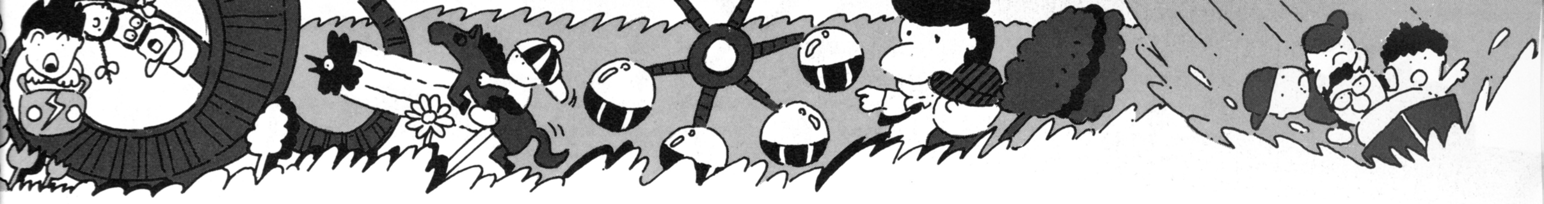


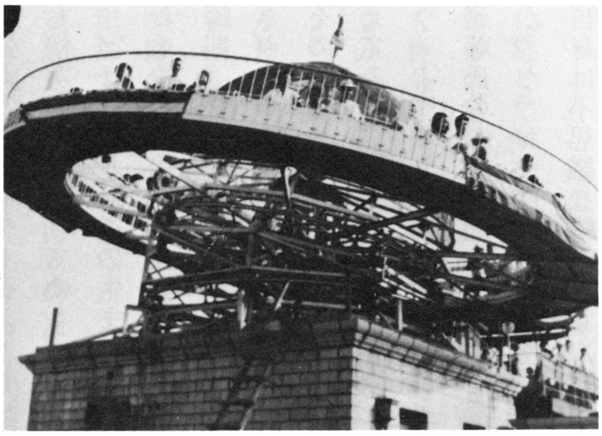
り、とりあえず豆自動車五台、木馬三台、ボール投げ一台を製作、スポーツランドの再開にこぎつけた。戦後一年余りの時である。子供や家族連れの遊び場などはまだどこにもなかったので、再開当初から大人気となった。ついで翌二十二年には、四階の半分のスペースがスポーツランドにわりあてられた。今度は間に合わせの台数ではとうていうめきれない。そこで六〇万円借り、不眠不休で製作、設置は松屋の四階に泊まり込みで行ったという。開店は二十三年、日本のレジャーの歴史にその名をとどめる浅草松屋のスポーツランドは完全に復活したのである。

二十四年には屋上に複式飛行塔を設置、また二十五年には、塔屋の上に六〇人乗りのスカイクルーザーを設置した。これもまた人気を呼び、映画の舞台ともなったという。

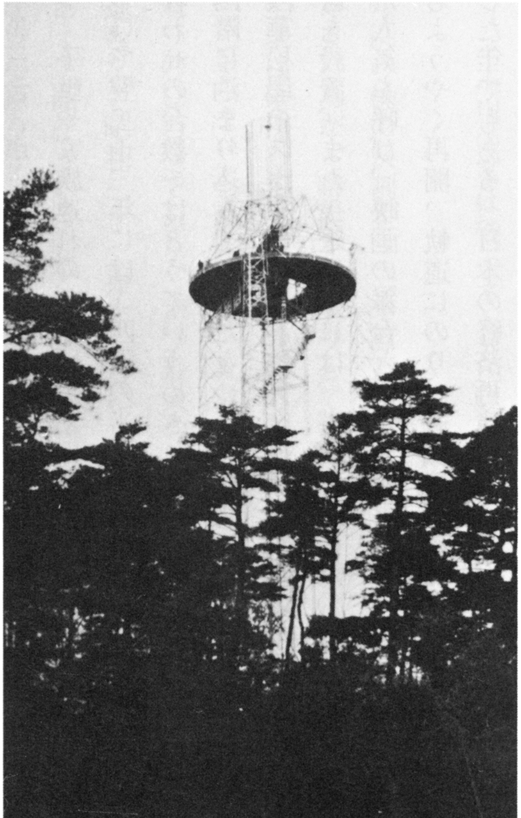
この頃より、各地のデパートもようやく再開、軌道にのり、遊戯機械の需要も増加してきた。また、この年は朝鮮戦争が勃発した年でもある。日本の経済再建にも拍車がかかった。札幌の中島公園のウォーターシュート、浅草楽天地のロープウェイなど、戦争で中断された大型遊戯機械も相次いで手がけてゆく。

実は私は北海道の生まれで、子供の頃中島公園のウォーターシュートに乗った記憶があるのだ。おそらく昭和二十八、九年のことだろうと思うが、順を待つ行列の中にいて、ボートが着水した瞬間、係員の男性がびっくりするほど高くとびあがったことや、自分が乗った時、周囲に水しぶきがあがったことなどを覚えている。もう少し前のことだったかもしれない。当然のことながら、その興奮させられた遊びがウォターシュートであることも知らず、誰が製作したものかなど、考えてみることもなかった。今、少年時代の記憶など乏しくなってから、遊園地の歴史などを調べ、ウォーターシュートがいつ日本に入ってきたかを知って嬉しがっている。そして、今回の取材で遠藤氏のお話を聞くまで、中島公園のウォーターシュートが遠藤氏の製作であったことを知らなかった。おまけに、自分がそれに乗ったことがあることも、その時突然思いだしたのである。私自身は不思議な縁と感じたのだが、考えてみれば、大した不思議ではないかのもしれない。日本





昭和30年西武園の展望台⇩



㊤ 昭和25年、浅草松屋のスカイクルーザー。

㊦ 映画の撮影所である。手前の木馬は遠藤氏製作のもの。中央が本人。左の女性は遠藤栄氏によると浅丘ルリ子だろうという。

全国に遠藤氏が製作した遊戯機械で遊んだ人間は、数えきれないほどいるはずである。日本ばかりではなく、日本娯楽機㈱（昭和二十二年株式会社になった）の製品は、台湾、香港からインドネシア、遠くはスエーデンまで輸出されていったのである。

ロープウェイを納めた楽天地は、浅草のひょうたん池が埋めたてられた土地にできた遊園地である。昭和二十九年にジェットコースターも設置され、遠藤氏がてがけたものである。

昭和三〇年には、エレベーターつきの展望台を西武園に建設している。先代の提社長のお声がかりで、三本の電柱を利用して塔をつくり、それにエレベーターを取りつけたものであった。

「あの頃は、先代の提社長や提清二さんと直接お話してきめたので、話が早く楽だった」と遠藤氏はいう。たとえば、豊島園に観覧車を設置したのも遠藤氏であるが、最初は先代の提社長が、芦ノ湖の湖畔に建造しようと企画したものだった。

「いかに提さんでも許可にならなかった。一緒に来いといわれて、私の車で現地を見にいったのだが」

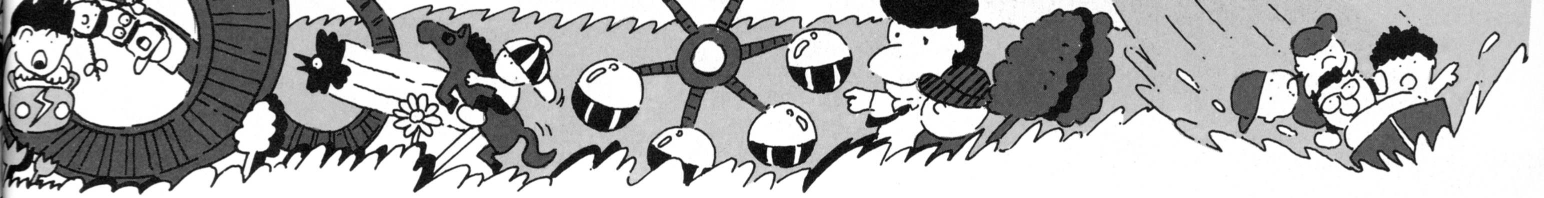
それじゃ、豊島園に入れてくれ、というのが提氏の代案である。遠藤氏が豊島園に行き、観覧車をもってきたというと、何も聞いていない現場の人間は慌てる。

「一体誰が注文したんですか」

「おやじさんの注文だ」

それで一も二もなかったそうである。関東の雄といわれる現在の豊島園では、想像もつかない話であろう。

豊島園とは古くからのつきあいであった。先に述べた昭和十年初頭の納入先のリストに豊島園の名がでている。その頃の豊島園は、藤田観光の創業者小川栄一氏の経営に変わっていた。もともとある個人が大正十五年につくったものという。昭和十二年に小川氏から遠藤氏に遊戯機械を設置し営業してみないかという話がもたらされた。その頃の豊島園といえば、前述のウォーター



シュートと運動場、飛行塔、豆汽車、ボートがある程度で、冬は霜柱が立ち、雨が降ると泥の上にムシロを敷いた道を歩くという状況だったという。

設置した機械は、三年後にすべて買いあげるという条件がついていた。その時、遠藤氏が声をかけて誘ったのが、山田貞一氏と森周一氏である。

またヘルスセンターの代名詞ともなった船橋ヘルスセンターに最初に遊戯機械を納め、その後のきっかけをつけたのも遠藤氏であったという。関東におけるアミューズメント産業の先駆者達、すなわち山田貞一、森周一、若田部繁之助等の各氏にとって、遠藤嘉一氏は、先輩格であり、この産業に入る刺激を与えた大きな存在であった。だがそれについてはまた項を改めて述べる必要がある。

遠藤嘉一氏の足跡に関しては、まだまだふれなければならないことが残っている。たとえば、初めて遊戯機械を納入したデパートや遊園地にしても、とうてい先のリストや記述では追いつかないだろう。遠藤氏自身があえて語らないこともあるし、長年にわたる取材でも、話題にのぼらなかったことが数多くあることは容易に想像できる。だが、この稿の範囲として、さらにひとつのアミューズメント産業にとってはきわめて重要な功績を次に述べることにしたい。

(5) 業界団体の組織と物品税の撤廃

アミューズメント産業は、戦後急速に伸びた産業のなかで屈指の存在であろう。その原因の最大のものは、レジャーがマイナーな存在からしだいに人間の生活にとって重要なものとみなされるに至った時の流れであろう。そして、この稿の第二部で述べつつあるように、先駆者達のアイデア、熱意、バイタリティにリードされ、すぐれた後継者が育ったことがあげられる。ひとつの産業が生まれ、大きく育つ時、そこには自己の内なる声につきうごかされ、超人的な仕事をする

人間が存在している。

だが、アミューズメント産業の発展をたどる時、とかく見過ごされ、忘れられがちだが、きわめて重要なできごとがあった。物品税の撤廃である。先にもふれたことがあるが、昭和五十二年五月号の「アミューズメント産業」誌における遠藤嘉一氏と中山正徳氏の対談『アミューズメント・自動販売機の揺籃期を語る』において、次のような会話がある。

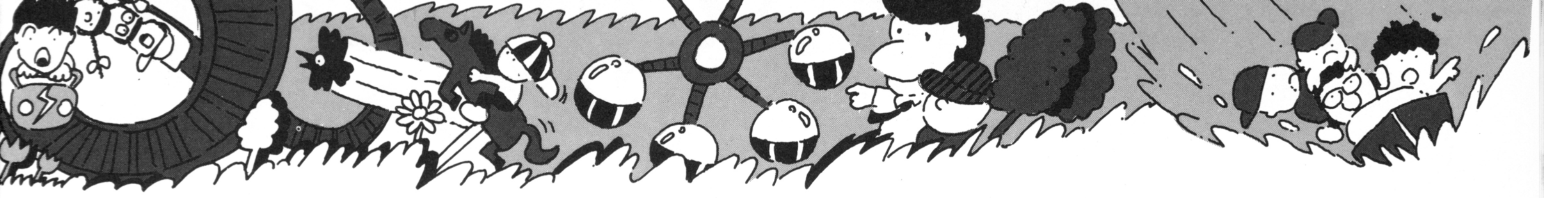
遠藤　自動販売機といえば、私、物品税の撤廃運動をやった時に、自動販売機はいいなと思ったのですよ。物品税から除外されていたのです。私共の機械は皆かかってきましてね。昭和三〇年頃、五年くらいかけて、物品税の撤廃運動をやったのが、考えてみれば私の一番大きな仕事でした。誰も手伝ってくれないものですから、一人で頑張ったわけで、今もかかっていたら、大変ですよ。

中山　あ、これは大変な功績ですね。私、かかっているのだと思っていました。実は私がパチンコをやめたのは、物品税がかかるようになったからなのです。終戦直後から、パチンコを作っていたのですが、私のまわりの人は、皆もうけて家を建てましたよ。それが物品税でもっていかれてしまったわけで、私はそれをきっかけにやめたのです。しかし、これは大変な功績ですね。

遠藤　私が苦労したのは、これだけですね。セガさんなどは、当時毎月二〇万円くらい納めていたのですよ。本当に丸三年間は、これにかかりきりでした。

物品税は昭和二十五年に改正された。実はその時に遠藤氏は行動をおこしている。個人として税理士に依頼し、一部免税が実現している。しかし、その段階で満足することなく、昭和三十三年日本遊園施設協会の設立後、協会として取り組むことを促した。三十五年十一月、会員、非会員十数社が後楽園スタジアム会議室に集合、撤廃運動をおこすこと、諸手続きを遠藤氏とコンビを組んでいた林憲男税理士に依頼することを全員一致で議決した。

遠藤氏と林税理士の活動はそれ以前から続いているわけであり、本格化したのも三十五年七月



からであった。手続上の資料の提出とあわせ、大蔵省主税局、国税庁、東京国税局等の係官の遊園施設に対する認識を深めるために、現地調査を懇請するなどの行動をおこしていた。三十六年七月には当時の原純夫国税庁長官、村山達雄大蔵省主税局長宛て陳情書を提出、関係官庁、衆議院大蔵委員会等への陳情も行っている。

これらの活動が実って、昭和三十七年三月、大部分の遊戯機械の物品税撤廃がなった。

物品税法課税物品表

第二種の物品第三類

二十九　遊戯具類（トランプ類税を課せらるるものを除く）パチンコ器・スマートボール・ジュニアゴルフ用のクラブ及ボール・デッキゴルフ用スチック及バッグ・ゴムボート・サンドスキー・その他遊戯具で政令に定めるもの。

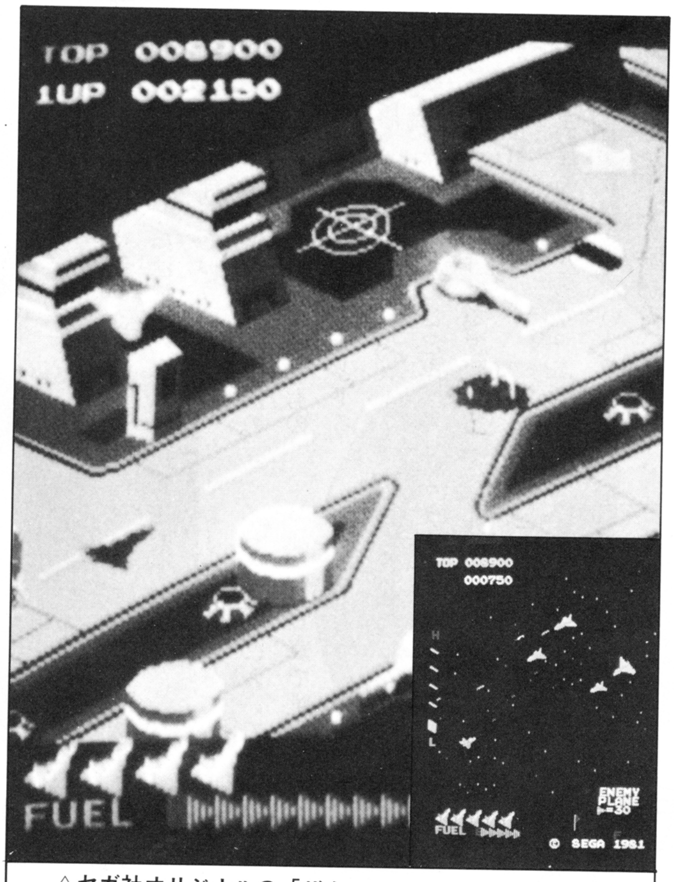
政令別表第二

十七　法別表第二種第二十九号（遊戯具類）に掲げる政令で定めるものは、闘球盤・コリント・スロットマシン・ボーリング用ピン及ボール・水上スキー・ローンスキー・水上自転車・フライングソーサー・並びにゴムヨット・其の他ゴムボートに類する折畳式水上遊戯具類とする。

したがって、この表にないものはすべて物品税がかからないことになったわけである。今私達が見ることができる各種の遊戯機械類を思い浮かべてみるとよい。その恩恵ははかりしれないものがあると認めざるを得ないだろう。中山氏の言にあるように、これは大変な功績なのである。もし、これが果たされていなかった場合、アミューズメント産業の発展の勢いは、当然もっとゆるやかなものになったはずである。

TVゲームのオリジナリティ法的認定へ前進か

セガ社、コピー問題で勝訴——。



△セガ社オリジナルの「ザクソン」

株式会社セガ・エンタープライゼス(本社、東京都大田区、中山隼雄代表取締役)は株式会社丸菱電子(本社、東京都狛江市、浦浜九州男代表取締役)に対して、セガ社の「ザクソン」「フロッガー」「ペンゴ」のコピー商品を製造、販売したとして東京地方裁判所に訴訟をおこした。

「ザクソン」のコピー商品である「ジャクソン」に対しては、東京地方裁判所民事第二十九部は昭和五十七年九月六日、仮差押決定を下し、同月十日、仮差押を執行した。

差押は「ジャクソン」等の基板及び完成品三十台になされた。

昭和五十七年十一月十七日には、東京地方裁判所に、著作権の確認を請求する訴訟もあわせておこなった。

また、セガ社は、昭和五十七年十月一日に同社のオリジナル商品である「フロッガー」をコピーした商品「フロッグ」を製造、販売したとして丸菱電子を東京地方裁判所民事第二十九部に仮差押の申請を行った。

同月五日、東京地裁民事部は丸菱電子に対して、仮差押を決定、同月十九日、仮差押を執行し、基板七五二枚を差押えた。

「ペンゴ」のコピー商品「ペンタ」に対しては、昭和五十七年十月二十九日、東京地方裁判所に、丸菱電子に対する損害賠償請求訴訟のため証拠保全の訴えをおこした。東京地裁は十一月四日、証拠保全の決定を下し、同月八日、検証を実施した。

セガ社のコピー商品に対する法的対抗をみてもわかるように裁判所の態度は迅速で、仮差押を執行するにまでいたっている。

先のタイトーインベーダー判決をみてもようやく日本の裁判所が、ヴィデオゲームを著作物として認定しだしたといえる。

裁判所で、いくつかの判例が出始めると、通常、認定へと加速度的に進むことが考えられるだけに、オリジナル発売と時を同じくして発表発売されるデッドコピーの問題解決へ大きく前進したといえる。

それだけにセガ社の一連の法廷闘争はAM業界全体から見ても高く評価できるのではないか。

創業30周年
株式会社 大黒堂
〒530 大阪市北区西天満5－8－5
☎06(365)9188
景品卸問屋
自動販売機・ゲームマシンの景品など豊富な品を揃えてます。

あそび歳時記（一）

スキーの巻

色とりどりのスキーウェアやメカニックなスキー用具からは想像もつかないことだけれど、スキーの起源は東洋だという説がある。

紀元前一世紀に成立した中国の書物「山海経」にはそれらしきものの記述があり、時代をもっと下ると「新唐書」（十一世紀）に、スキーを履く古代トルコ族のことを木馬突厥と呼び、履き方まで説明を加えている。

尤も西洋の方にだって、これに対抗する文献が残っている。山海経より約六百年遅れるが、東ローマ帝国の史家プロコピオスの著述に、スキーと推測されるものが載っている。十六世紀になると、はっきりスキーそのものの記述が現われる。

考古学的にみると、これはもう圧倒的に西洋が有利だ。北欧フィンランドの泥炭層からスキーの遺物が発見され、青銅器時代のものと推定されている。この遺物からスカンディナヴィア発生説を唱えるムキが多い。一方、積雪地帯の交通具である輪樏からスキーが進化したと考える者は、北部アジア山岳地帯発生説を採っているようだ。いずれにせよスポーツとしてスキーが脚光を浴びるのは十九世紀も半ばを過ぎてから、北欧とアルプス地帯においてである。

映画や写真で眺めている限り爽快この上もないが、いざやってみるとこれ程不安なスポーツもない。ブーツを履いてスキーに足を嵌めこんだ瞬間、恐怖が全身を貫く、窮屈で身体が自由にならないからだ。それでも何かの拍子にスキーがズルズルと滑りはじめる。勿論たいしたスピードではない。しかし止まらなければどうしよう…。もう止めることしか頭に浮かばないのである。そんな時、全身の筋肉はカチカチに硬直しているに違いない。動こうにも動けない。止まろうにも止まらない。それは今までに経験した地上での運動とまったく異る体験である。初心者がコロコロと転ぶ情景をよく見るが、あれは転ぶというより、恐怖のあまり自分から尻を落してしまうと言う方が正しいだろう。

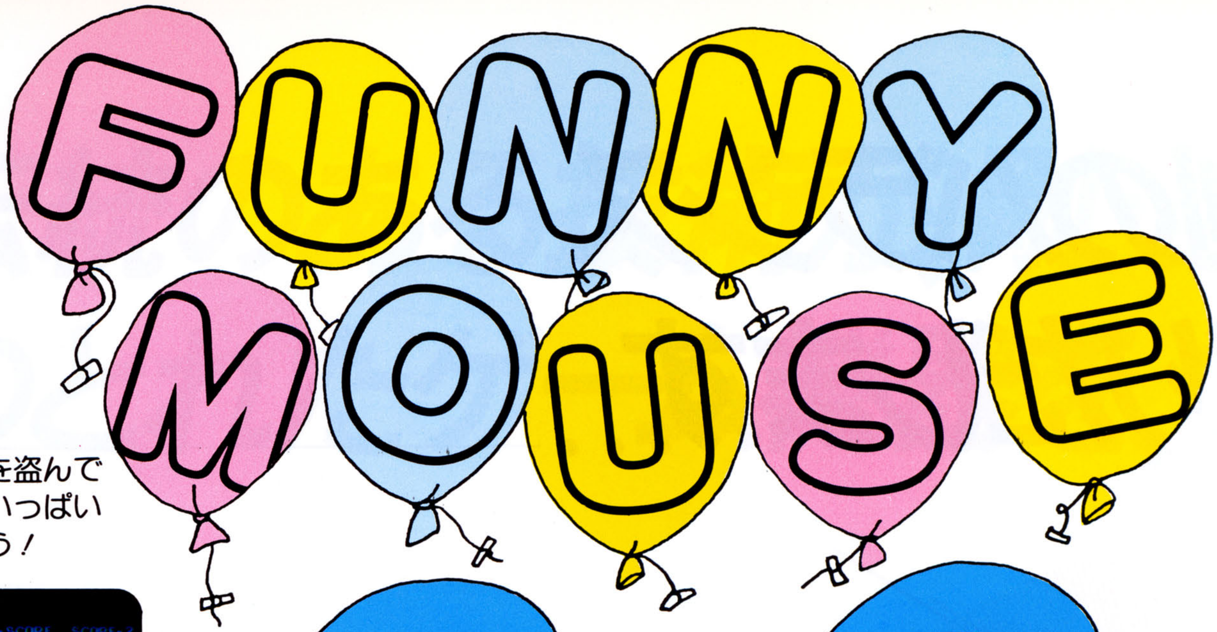
しかし人間とはよくしたもので少し上達すると、「もっと難しいコースを！」、求める。

かつて或る批評家が、人間の観念がもつ〈遠隔対象性〉という概念を提唱したことがあった。平らたく言うと、より高く、より速く、より遠くまで行きたいという、観念の無窮性を言い表したものだ。より遠くへ行ったところでその先に何があるという訳ではない。だが人間の観念が肉体をかりたてるのである。スキーもそうだが、登山家や暴走族を見るたびに、この言葉を思い出す。

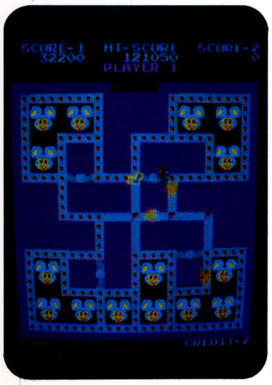
さて上級者用のリフトに乗ってスロープの頂きに行ってみよう。此処まで登ってきて感じるのはやはり「ちょっと、これは…」、という躊躇いである。一つの壁を乗り越えるとき常に恐怖が伴う。ここで断念すればもう上達は望めない。

ドイツの或る哲学者はこう言う。「人間にとって最大の敵は恐怖だ。手強く、克服するのが非常に困難だ。そして人がもしこの敵をこわがり、逃げてしまえば、人間はもう一歩も前進できなくなる。それは学ぶことができないからである」。

華麗なジャンプ競技。あれは重力とスピードの微妙なバランスをとっている姿である。だが、時として無窮への衝動と恐怖の間で危くバランスをとっている観念の姿そのものに見えなくもない。それは純白の衣を着て輝く氷のヘルメットを戴くというスキーの女神スカオイにも似てとても美しい。



敵の目を盗んで
エサをいっぱい
集めよう！



スロットで
ワンプレイサービス
ボーナス得点もあるよ？

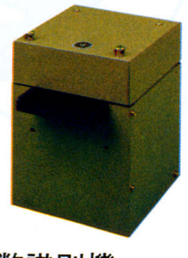
ファニー マウス

©1982. CHUO. L.H. CO.,LTD.

中央リース販売株式会社
TEL 03－380－2061㈹
〒164 東京都中野区中野3－33－15

西日本総発売元 **パサデナ　インターナショナル㈱**
TEL 0727（21）8830

剛のバランスくりだします...



紙幣識別機

BVD8110A

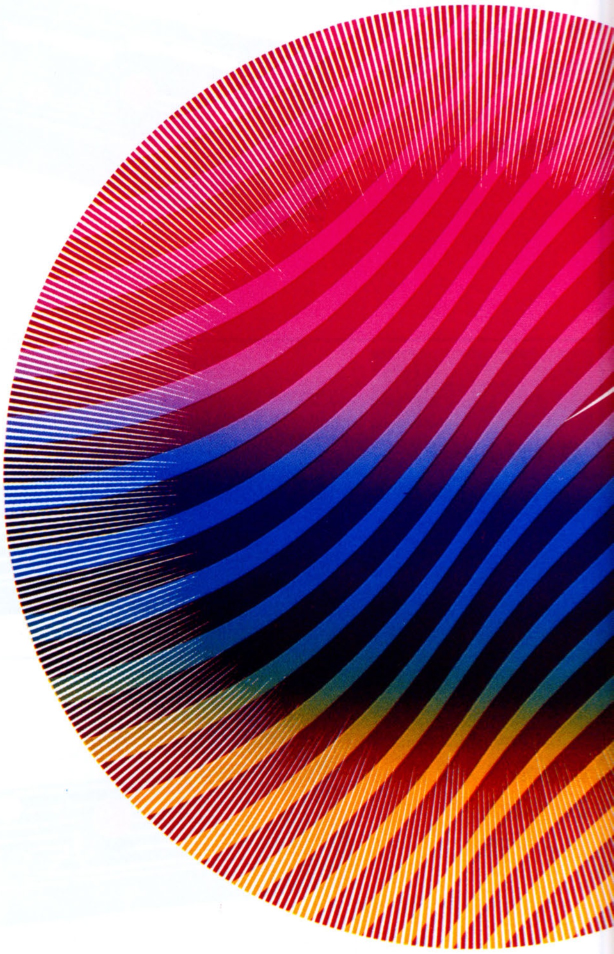
DARK HORSE

COMPUTER STAR

株式会社 ショウエイリース

東京都府中市府中町3-11501-8
☎0423(66)2662㈹　〒183

伝統のある技術が、剛・柔・
のとれたゲーム機器を、つ



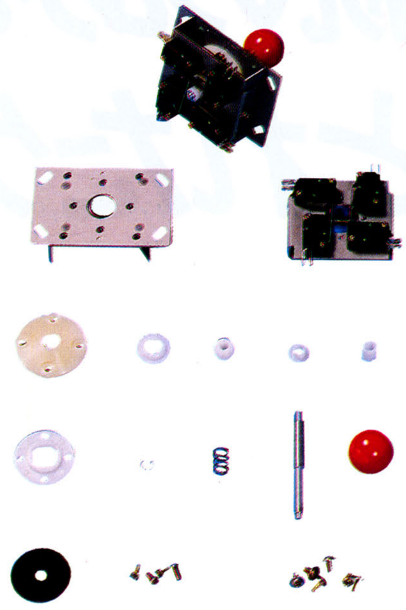
SKY ARMY　　**LITTLE JACK**

株式会社 ショウエイ

東京都府中市天神町4-3-9
☎ 0423(66)2664(代) 〒183

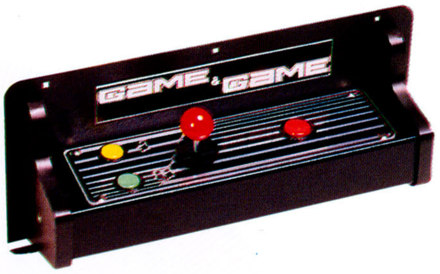
遂に登場!! カートリッジタイプ操作盤

LS−7 ジョイスティック



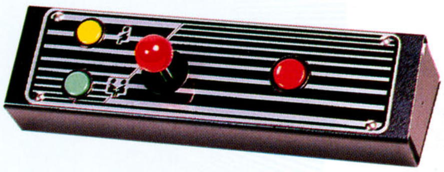
CT−8−N

1人用、2人用ボタンは24φ
発射ボタンは30φ
レバー「LS−7」十字使用



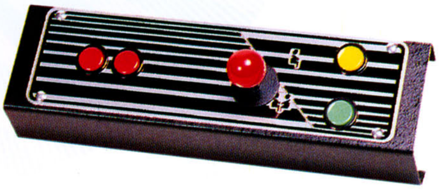
CT−8−NC

発射ボタン付
レバー使用により「ストラテージ」用になります。



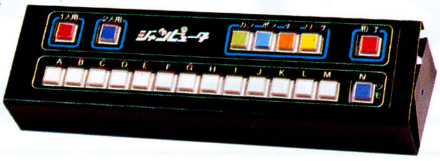
CT−8−SC

発射ボタン2個
取付可能
24φ ・30φ



CT−8−MC

CT−8−JC



● カートリッジタイプ操作盤

今までの常識を破るワンタッチタイプの操作盤が登場しました。操作性抜群に加え見栄えが良く本体購入後は専用のカートリッジ交換であらゆるゲームに対応します。

● LS-7 ジョイスティック

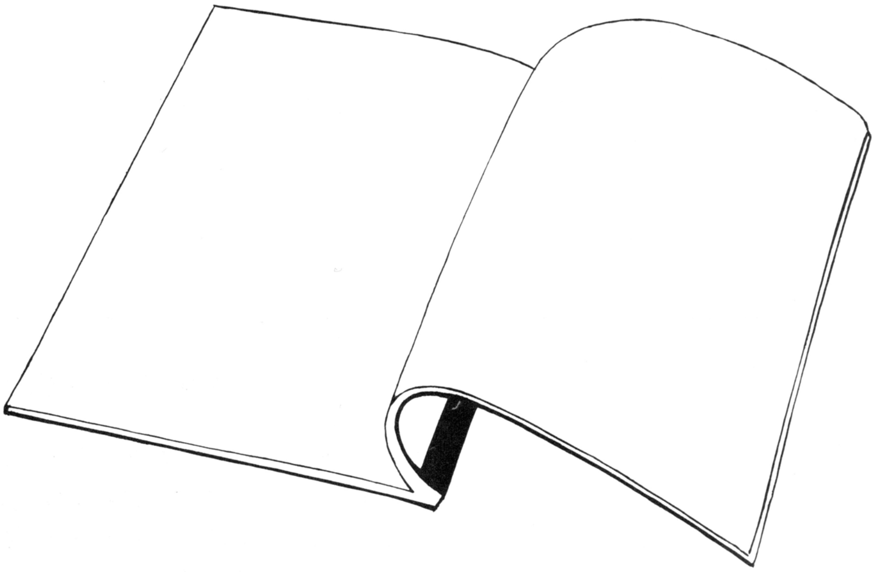
摩耗が著しい個所を「ジュラコン」素材の活用により高耐久性としたジョイスティックレバーです。ガイドチップの交換により、十字、八方マイナス可能。（●ボールは赤玉28㎜、円形プラスチック使用）

（旧社名三和エレクトロニクス㈱）
株式会社 セイミツ

〒335 埼玉県戸田市美女木3481−1
電話 0484（21）5200㈹・テレックス2723073

当業風《思考演習》ノート……〔21〕

用語について



編集部

マスコミ攻勢の影響がロケーションにも打撃を与え、揺れに揺れたAM業界。イメージダウンの巻きかえしを図るため、業界人は用語一つにしても神経を使いたい。

たった一ヶの不用意な熟語が、一般の人々に悪しきイメージを与え予断をつくらせてしまうからだ。

用語のもつ社会的な影響力を考えると共に、業界用語をもう一度洗い直してみたい。

本文中　O……ベテランの社長室長
N……若手の営業マン

落ちこんだイメージ

O「N君、正月はどう過していたかね。去年は、賭博機と警察官汚職の問題でAM業界は大揺れに揺れた大変な年だったね。大阪府警は暮れになってから、本部長など幹部を含む処分を発表したから、汚職問題については一応ピリオドをうったということなんだろうけれど、東京を始め全国的にまだまだ賭博機は多く残っていそうだし、今年も摘発の報道がマスコミから消えそうもないと思うと、心の晴れない正月だったな」

N「私は忙しくて読めなかった去年の新聞を読破して正月休みを過していました。ゲーム機で賭博、ということだけでも一般社会はこの業界に悪印象を持つでしょうに、警官にワイロをやって賭博営業を続けてきたのは悪のうわ塗り、二重にダーティーなイメージを人びとに持たせてしまったようですね」

O「当然だね、それが常識的で健康な市民の反応だよ。ただ、そのダーティーなイメージで賭博機以外の本来のアミューズメント機械を見たり、まじめにやっている業者も疑うようになるので困る」

N「イメージの悪さだけで商売に影響なければまだ我慢できるんですが、どうも今回はオペレーターの売上にも相当な打撃を与えているようですね。とくに子ども客の多いロケーション、それからSCやデパート系などきれいな

イメージを大切にする所では、嫌われたり営業の制限を求められたりしていますから」

O「一般的な景気の停滞以上にね。売上への打撃はもちろん痛いが、イメージの悪さは他の面でも困ったことなんだ。求人や新卆の採用に差支えがあるだろう。優秀な人材が得られ難くなる。金融関係の信用にヒビが入る。社内的にもイメージの悪さが原因で社員に動揺がおき仕事をはなれていく者がでるかもしれない。こういったことが全て、個々の企業や産業の成長にとってはマイナス要因となる」

S「重大なことですね。どうでしょう、ここまで落ちこんだ業界としては、これまでのイメージダウンの現実を反省の糧として、イメージアップ大作戦を展開することにしては？」

O「必要なことだね。たゞ、イメージを改善するためには両面作戦がぜひ並行しなければならないことは確かだ。というのは、イメージとは簡単にいうと、個人の心の中につくられる模像だとすると、原像、つまり現実がイメージに対応するものとしてあるわけだ。模像は原像にできるだけ近似に作られることが通常なのだから、原像すなわち、業界の現実——機械自体とか、オペレーションのやりかたとかを、ダーティーにしないで明るく豊かなものにしていくことはどうしても欠かせない。これを作戦1とすると、作戦2はマスコミ対策だろうね。つまり社会の人びとのイメージ＝模像は、マスコミが原像と接して、それを翻訳した言葉や、限定した画像を通じて作られることが多い。それが正しく翻訳されればよいが、誤って翻訳されるとマスコミの伝播力は大きいから大変困ることになる。また小さいシミを全体的な大きい汚点に受けとってしまうような増幅作用があることも注意しなければいけない。一たん人びとが持ってしまったイメージを改めるには大変な労力がいる。あらゆる機会や手段を使い、小さいことでもうまずたゆまず、業界人の一人一人が分担する気持でやらないといけないだろう」

予断を生じる用語

N「新聞記事をまとめて読みかえしていて気づいたのですが、始めの頃は様々な呼び方があったのに、ポーカーゲーム機など賭博に使った機械を、最近では賭博機、賭博ゲーム機、賭博遊技機などと呼ぶように統一されてきたようですね。テレビゲーム機で賭博、などと書くのはなくなっています。テレビゲームと書かれると一般のアミューズメント機と同一視されますのでよい傾向だと思いますよ」

O「それは業者たちが新聞記者に働きかけた一つの成果だといっているね。先ほどの私の言い方を使えば、マスコミの翻訳の仕方に修正を加えてもらったということかな。確かに用語一つにも神経を使いたくなる情況なんだね。言葉はそれ自体あるイメージを喚起するものだから…例えば、同じ機械を指すのに、私にとっては娯楽機械と呼ぶよりアミューズメントマシンと呼んだ方が好きなんだ。なぜかというと困るが、娯楽よりアミューズメントの方が新しいアイデアと技術を使った文化レベルの高い感じなのかな……まあ一般の商品でも片カナの名前が多いことと同じなんだろう。ある医学者が言っていたが『試験管ベビー』という言葉はとても悪い。『体外受精』と呼ぶべきだ。一般人は『試験管ベビー』から、医学上の興味だけで操作されるのだろうとか、つくられた子どもが気味わるい、

COIN & MEDAL

日本一の生産設備が更に充実!!コンピューター制御の
最新鋭コイン製造装置を開発導入。

●メダルゲーム ●アレンジボール
●スロットマシン●各種コインメダル製造

株式会社 トーケン TOKEN

■大阪支店／〒540大阪市東区京橋1-7(OMMビル4F) ☎(06)943-2512
■東京支店／〒105東京都港区東新橋2-7-7(新橋国際ビル4F) ☎(03)438-0698
■九州営業所／〒812福岡市博多区博多駅前2丁目10-19(福岡ファッションビル) ☎(092)472-3600
■本社 大阪☎(06)943-3322 ■工場 堺☎(0722)51-5001

と思いがちだ。実際は、卵管がだめな患者から五・六時間卵を試験管に移し、そこで夫の精子で受精させて子宮に戻すわけで、通常の医療行為なのに、とね。『試験管ベビー』とマスコミが呼んだために、社会的にある種の抵抗ができてしまい、この医療を実施するために、よけいな説得の努力がいるようになっているそうだ。たった一ヶの用語が、一般の人びとにイメージを与え、それが予断をつくってしまったのだ。こういう例はよくあることだから用心しないといけない」

S「予断といえば、去年のIBM産業スパイ事件でもそんなことがありましたね。それは、FBIが、日立のコンピューター入札を、IBMから不当に入手した技術情報を使っている、という理由で拒否する声明を発表したために、産業スパイ裁判の陪審員たちに不当な予断をいだかせ公正な裁判が期待できなくなった、という米司法省の考えが報道されていました。まだ係争中でシロ、クロがはっきりしていないのに、FBIはあたかもクロと確定したような言い回しで日立製品を拒否したことが問題とされたんですよ」

O「用語とか談話、文章など注意している必要があると思う。とくにアミューズメント業界はこれから立ち直らなければならないときだから、マスコミで業界にマイナスになるような報道のされ方があったりしたら、すぐ訂正をもとめることが必要だ。それと同時に、業界にプラスになるような材料をマスコミでとりあげてもらう積極性もあってよい。マスコミの伝播力と増幅作用は、マイナスにも働くが、プラスの情報でも同じ効果をあげられるのだから。アミューズメントの文化的な話題や、オペレーターの福祉活動とか営業中の美談など、記者たちがよくいうヒューマン・インタレストのある材料……みんなで探せばあると思うね。マスコミを通して業界のイメージを改善していくことはやらなくてはならない作業だが、一方、業界内部の出版物についても、用語の使い方で気をつけてもらいたいことがある」

『子ども用G機』という用語

N「用語のために予断や誤解を生じているということですか」

O「たとえばSCなどにも置いてある〝ピカデリー〟のような電光点滅式というのか、ルーレット機のことなのだが、あれを業界人が『子ども用G機』と呼んだり、活字にしたりするのは気になる。ギャンブルとか賭博は、公営でないかぎりこの国では犯罪だろう。つまり『G機』と呼べば犯罪マシンであるとレッテルをつけたことと同じことなのだ。もしそのマシンが、賭博という犯罪に使用されている、いや百パーセントあるいはほとんど賭博に使われている事実があれば、それを『G機』と呼んでも正しい。用語と現実がそのまま対応しているからよい。しかし現実に賭博という犯罪が行なわれていない場合、『G機』と呼ぶことは用語として極めて不適切としかいえまい。こゝに女性にやさしいだけのフェミニストがいて、他人がその男を好色漢とか女たらしと呼んだら、彼は憤慨するだろう。それ以上の侮辱をマシンメーカーに与えているといえないだろうか――」

N「業界外の一般の人びとが『子ども用G機』なんて文字をみたら驚くでしょうね。この業界はそんなに悪いことをやっているのか、とね」

O「この用語は社会には誤った予断をさせたり、業界攻撃の口実を与えかねない」

N「Oさんなら『子ども用G機』の代りにどんな用語を使います？」

O「個々のマシンの名前を使いたいね。『子ども用G機』のような上位の概念でくくった呼称を使う必然性がなになのかよく判らないが、強いてとなると『ルーレット型』とか、せいぜい『偶然性ゲーム』だね。『射倖性』という用語も気がすすまないな。われわれの事業の性格からいっても、アミューズメントの用語の範囲ですませたい」

N「でも〝ピカデリー〟は子どもの射倖心をそそっているという人がいるかもしれませんよ」

O「本当にそうなのか私は疑問だね。大人がするメダルゲームでも、射倖心を発動させるようなギラギラしたものがあるのか、どうもそうは思えないのだが――しかし今問題にしたいのはそんなゲーム心理でなく、『G機』のような言葉の使い方に慎重であってほしいということだ。たしかにアミューズメント業界にとって、賭博機は避けられない課題だが、『G機』とか『賭博』などの記事の扱い方にしても、業界誌では目立たないようにできないものかね。新聞紙上にのる度に私は身がちぢむ思いをしているんだよ」

好評！

中古基板売ります＆買います。

トーエイモニター500台大放出 ＋修理も承ります。

プラス

アップライト
又は
テーブル機
の組込みは御注文に応じます。

新品、中古品を問わず、

ゲーム機ならタイガー商事。

人気機種
特別価格にて販売中!!

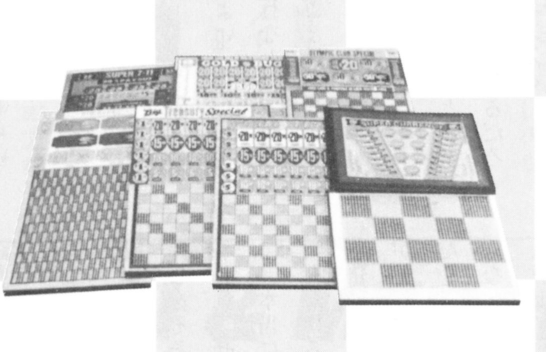
- ●ミスター・ドウ
- ●プーヤン
- ●ペンゴ
- ●コイ・コイ
- ●タイムパイロット
- ●バーニンラバー
- ●その他、最新機、続々入荷

タイガー商事

〒538
大阪市鶴見区今津南1-4-10
☎06-962-9425(代)

根強い人気の秘密は『高品質』

パンチ・ボード



米国CAMEO社より直輸入。品質・種類・価格のどれを見ても他社製品より優れています。ホール数は千から五千。

藤井商事

大阪市淀川区西中島6-10-3(ストロング新大阪)
06(305)1073

年末年始
ロケーション別業況

ポールポジションとコミカルTV機の目立った繁華街ゲーム場

一番の人出が繰り出す年末年始。繁華街ゲームセンターもこの時ばかりとあの手、この手のPR活動に余念がない。ハデハデにかためた店先では、モンスターが通りゆく人々に愛きょうを振りまいていた。

その成果はというと、普段一日平均200～300人の固定客を持つ関西地区ゲームセンターで、正月期は、平均600～700人をキャッチし、ゲーム機一台に対して二千～三千円の売り上げ増になっている。

前月比としては、予想どおり各地区とも売り上げ20～40％アップの高成績をマークしている。その売り上げに大きく貢献したのがポールポジション（ナムコ）だということは言うまでもないが、相も変わらずこのドライブ機、人気抜群、他機を寄せつけない。

「以前に比べて一台当たりの売り上げは減ったみたいだけど、台数が増えたから、全体としては依然強いね。」（関東地区）

「うちも一台増やして、今二台のポールポジションを置いていますが、二台とも同じようにいい線いってますよ。今はもうこれしかないでしょ。」（中部地区）

しかし、どんな怪物機であれ、頂点まで登れば、あとは落ちるしかないのが運命か、「前は最高で一日二・五～三万ぐらいまで上がりましたよ。でも最近は、一・五～二万といったところでしょうか。もう落ちてきてますよ」とシビアな目で見守るオペレーターがチラリ。今後は落ちる一方なのか。台数を増やしてどこまで踏ん張れるか。

前月比は、さすがに大きく上回っていたが、前年同月比の方はどうだろう。こちらは、地区別に言うと北海道地区が横バイ、東北地区横バイないし2％ダウン、中部地区横バイ、関東地区横バイか10％アップ、関西地区横バイ、一部10％アップ、九州

地区横バイと、例年並みの成績で、オペレーター諸氏にとっては期待外れで物足りなさの残る年末年始であった。

が、一部では、爆発的ヒットを飛ばした正月映画「E・T」のお陰で、映画館に入り切れない客のおこぼれを何なく獲得し、まずまずの売り上げを上げた繁華街ゲームセンターも見受けられた。

オペレーターが決まって口にするのが〝立地条件〟だが、立地条件がよければ多少人気の落ちた機種でもそこそこの売り上げが保てるという。

さて、ここで人気機種ベスト5である。地区別に見てみると、北海道、東北地区は、一位が前回変わらずポールポジション。二位にようやくタイムパイロットが姿を見せた。続いて三位にコイコイが入っている。このコイコイ、順位は下がったものの、東北地区ではかなり健闘している模様である。四位がペンゴ、そして五位にジャンピューターが復来している。

「ジャンピューターは本当に根強いですね。決していい成績とは言えないのですが、ずうっと一定した収益を上げています。」(東北地区)

「年末年始は、またジャンピューターが盛り返しましたね。」(北海道地区)

「これは不思議な機種ですね。もうだめだから基板を処分しようかと思っていたら、また上がる。最後まで抵抗していますよ。」(関東地区)

ジャンピューターを評価する声はまだまだ聞かれる。

次に中部地区であるが、一位のポールポジションを除いて、以下の順位が大きく変動している。二位、三位に一足遅れてタイムパイロットとフロントラインが顔を見せ、その後を追ってデータイーストのバーニンラバーが期待どおりベスト5入りしている。

「TVゲームには珍しくスリル感があるからヤングウケするんじゃないでしょうか。しばらくはいけると思うんですが……。」期待半分不安半分といったところか。そして、五位には、かろうじてペンゴが食い下がっていた。

では、情報の最先端を行く関東地区はどうか。腰を据えたポールポジションが一位を維持。「もうそろそろセガ、タイトーさん辺りから、この機種に代わるものを出してもらいたいですね。」とは余談だが……。

しかしながら、二位以下はバラつきが見られ、順位づけが難しい。上位をタイムパイロット、フロントライン、バーニンラバーで競っている。

初登場のバーニンラバーについては、「うちはカセットを使用しているんですが、今後大いに期待してますよ。」と意気込むオペレーターに反して、同じ関西地区でも「購入してま

だ一ヵ月というのに、もう落ちてきています。今後は期待できないですね。」という食い違いが見られた。
　このほかは、前期注目機として挙げたズーム909（セガ）が、一部で二位まで急上昇しているのが目を魅いたが、このズーム909についても早くも落ちるだろうと予測する声が聞かれる。
　いずれにせよ、ゲーム性云々の問題を含めて、サイクルの短かさがエスカレートする一方だということは、どの地区においても共通して言えることで、以前にも増して機種選定の難しさが伺える。
　以下はポパイ、ハンバーガー、ペンゴ、コイコイ等平行線である。
　関西地区においても、同じような現象が見られる。一位はポールポジション変わらず、二位がフロントライン、タイムパイロット、ペンゴの競い。そして、バーニンラバーが三位でベスト5入りを果たした。以下の順位は定まらない。
　関西地区の年末年始は、ペンゴを代表とするコミカルゲームが、女性や子供客を引き寄せたと言うことができる。
　「女性はどういうわけか新製品には飛びつかないですね。いつまでもパックマンとかギャラガなど前のゲームをやって喜んでいますからね。」（関西地区ゲーム場店長）こういうお客様あってこそ成り立つゲーム場だ。
　最後は、九州地区である。一位ポールポジション、二位フロントライン、三位タイムパイロット、四位ペンゴ、五位コイコイという順位だった。上位に遅ればせながらフロントラインとタイムパイロットが登場、その下でペンゴとコイコイがコンスタントに売り上げを伸ばした。
　以上が地区別業況であるが、総合的には、やはりポールポジションの強さをまざまざと見せつけられた年末年始であったと言える。また、順位は別として、各地区ともギャラガが安定機としてマイペースに稼動したという結果が出ている。ギャラガの息の長さは驚異的でもあり、年齢層の幅の広さを感じさせた。
　そこで、今後注目したい機種だが、まずは新日本企画から発売されたジョイフルロード。道路上の障害物を交わしながら、車から手を出して落ちている果物、栗、お金等を拾い集めて得点するTVゲームで、ユニークなキャラクターと画面の変化がどの客層を獲えるか。
　Qバート（コナミ）もそろそろ姿を現わすものと思われるが、この機

オペレーター名（地域別）／マシン名	A 北海道	B 東北	C 関東	D 関東	E 関東	F 関東	G 中部	H 中部	I 関西	J 関西	K 関西	L 九州
ポールポジション	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
フロントライン		△	3	4	2	3	3	3	4	2	4	2
タイムパイロット	3	5					●					
ジャンピューター	◎	4				5	5	5	2	●	5	4
ペンゴ	4	3	●	◎		6		◎	●	5	◎	5
コイコイ												
プーヤン					5							
ハンバーガー					●							
ターボ		◎	◎	●	◎	●	◎	●	◎	◎	●	
ギャラガ	6	6	5	6	6		6	6	5			6
ポパイ	△		6	3	3	4	4	4	3	4	3	△
バーニンラバー			2	5						6	6	
ズーム 909	5											
ミスタードウ												
将　棋												●
花ピューター												
ロイヤルマージャン												
タイムトンネル												

◎印は安定収入機　●準安定収入機　△期待機

種はAMOAショーで人気を独占しただけに、日本での活躍ぶりが楽しみである。そのほか、一月十九日にはナムコからゼビュースという新製品が売り出されている。

「今後は、全く予想ができません。前評判がいいからといってみんな購入するわけにはいきませんよ。ポパイのような例もあることだし。

「ポパイはドンキーコングと同じパターンだからフレッシュさに欠けるんじゃないかな。若い人にはもうひとつウケないね。」（関西地区）

前回注目機だったポパイだが、現状は厳しく、伸び切れないままでいる。

ゲームセンターにとって一月後半から二月にかけては苦戦期に入るという。一つ間違えば命取りにもなりかねないこの業況を、来月期いかにして乗り切るのだろうか。

低迷状態の店頭ロケーション 正月期も巻き返しならず苦戦

一方、店頭ロケーションの方は、年末年始期待をかける声もむなしく、大半のロケーションが売り上げを落としている。前年同月比3%～10%のダウンである。これは、十一月から十二月前半までの成績が、極端な落ち込みを見せたことが尾を引いたため、正月期の巻き返しもいまひとつ、数字的には弱かった。

機種別に見てみると、十二月に新登場したタイムパイロット、バーニンラバー、フロントラインが出足好調で上位に上がっているが、ポパイは、同期に発売されたが、店頭ロケーションでも動きは鈍い。

ペンゴ、ミスタードウは変わらず人気を維持し続け、新機種に迫っている。ドンキーコングジュニア、ディグダグは、正月期苦戦を続けながらもベスト5入りを遂げていた。

こうして見てもわかるように、店頭ロケーションの方は、全般的にまだTV機に頼っている現状である。

「ゲーム場はポールポジションがいいらしいですね。ウチも入れたいのはやまやまなんですが、あの機種は高価だから簡単にはね。何かポールポジションのコピーが出てるんですか。それなら安価みたいだし、それでも入れてみましょうか。」（関東地区）

「シングルロケは、小学生程度を対象としてますから、繁華街ゲーム場と違ってプレー一回の料金は最高でも50円まで。正月期以外は一人当たりの使う料金は知れてますよ。」（関西地区）

ゲーム機の投資は増大するが、売り上げは伸びないと頭を痛める業社の多いことに、今さらながら先行きが心配される。

ロケーション別・各社売上げ順位

	店頭ＴＶロケ					店頭メダルロケ				
	ア	イ	ウ	エ	オ	ア	イ	ウ	エ	オ
一位	タイムパイロット	フロントライン	タイムパイロット	タイムパイロット	ペンゴ					
二位	ペンゴ	タイムパイロット	ペンゴ	ミスタードウ	ドンキーコングジュニア					
三位	ドンキーコングジュニア	ペンゴ	ミスタードウ	ペンゴ	タイムパイロット					

ゲームマシンオペレーターの方へ

経営の効率化と活性化に弊社を御利用下さい

■ゲーム機械のファイナンスリースに
■ゲーム機械購入資金に
■新規ゲームコーナー開設資金に
■短期運転資金に

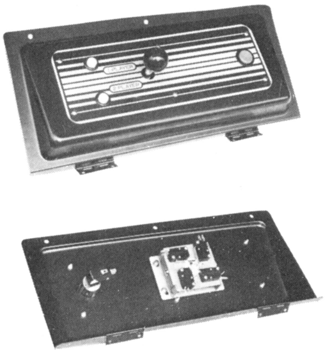
極東リース事業株式会社

〒532 大阪市淀川区西中島3-23-14 ☎06(304)3027

メックのパーツは

高品質・ロープライスでお届けします。

ハーフサイズ筐体完成品
14吋型寸法 550×550×640
東映モニター使用



操作パネルセット
レバー，発射ボタン，化粧パネル
１人用，２人用ボタン付

36Pハーネス　線つき
奉仕商品

電話一本でご要望のあらゆる
パーツをお手もとに
手続き簡単電話一本！ 銀行振込でOK！
●振込銀行
住友銀行 福島支店 当座277697

遊技機パーツのスーパー——

日本メック有限会社

大阪市淀川区大淀中5丁目1番4号
☎06（453）5255

サンヨー硬貨計算機

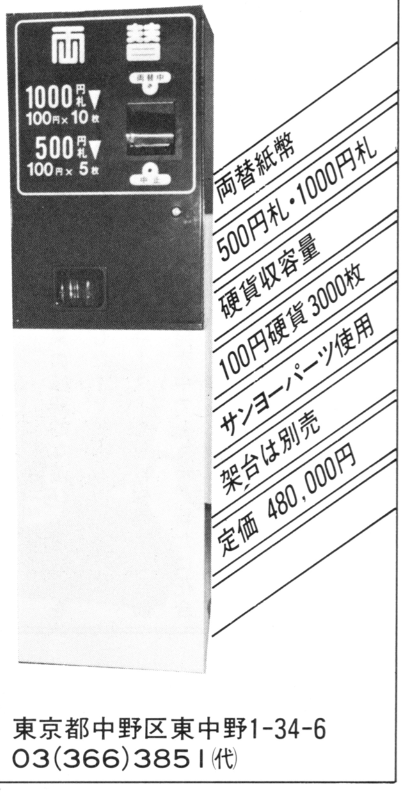
１分間に1800枚の計数速度
偽硬貨選別装置付
定価　238,000円

コインカウンター

ホッパー容量約800枚
計算能力速度毎分800枚
硬貨選別装置付
定価　98,000円

紙幣両替機

BCN-1500型



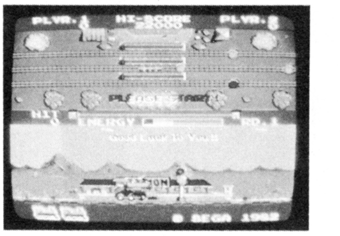
大阪営業所
〒531 大阪市大淀区本庄西1−9−12
TEL. 06(373)0996

サンヨー製500円両替機総発売元
㈱エフエム

本　社
〒164 東京都中野区東中野1-34-6
TEL. 03(366)3851㈹

介

☆スーパーロコモーティブ



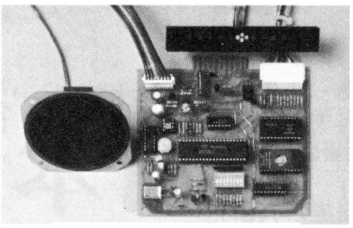
画面中央に機関車のエネルギー、それを境にして上部に路線図、下部に機関車の側面が映る。

プレイヤーは機関車をコントロールして次の駅まで敵中突破する。エネルギーのある間は、無敵のスーパーロコモーティブに変身して全ての敵を撃破、またスーパースモークも発射できる。スーパースモークは短くボタンを押すと地上からの距離が低く、長く押すと高く撃てる。次の駅に着くまでに射った敵の数だけ敵機が現れ、これをスーパースモークで撃破するとボーナス得点。ラウンド終了毎にエネルギーの残量がボーナス得点として加算される。

本製品に関しセガ社では一月下旬よりリース受付を開始している。期間は6ヶ月で、分割払い可。スペースオデッセイ、005、モンスターバッシュから継続契約する場合は、弱干価格は安くなっている。

㈱**セガエンタープライゼス**が発売（東京都大田区羽田1—2—12 ☎03—742—3171）

☆L・E・D・プラス1

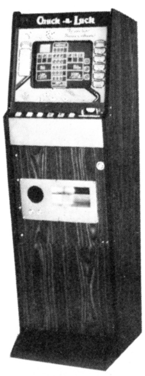


ゲームにコインを投入すると軽快なメロディに合わせて発光ダイオードが走る。うまくそれがセンターグリーンに止まると、当たりチャイムが鳴ってゲームにクレジットが1つプラスされるニュータイプのオプショナルパーツ。

取付けはワンタッチで、当たりの確率は7種に調整できる。電子ライター、針金等のいたずら防止回路を内蔵し、DEMO中のL・E・D表示ON／OFFの切換えも可能である。

ゲームの流行に左右されず、サイクルが長い。価格も手頃な1万3千8百円。㈱**オスローインターナショナル**が発売（東京都新宿区歌舞伎町2—42—3林ビル1F ☎03—200—4107）

☆チャッカ・ラック



サイコロ遊びをテーマにしたTVメダルゲームである。

画面上に現れる3個のサイコロの目を当てるというもので当て方に6種類ある。「シングルナンバーズ」という賭け方では、賭けた目と同じ目がひとつ出れば2倍、2つでれば3倍、3つでれば4倍の配当がある。「ローフィールド」「ハイフィールド」の場合は、サイの目の3個合計で、7以下であればローフィールドで勝ち、14以上であればハイフィールドで勝つ。この配当は4倍。「オールオッド」「オールイブン」では、サイの目の全てが奇数、または偶数のとき勝ち、配当は7倍。「エニーチャッカラック」に賭ければ、どの目でも3個ゾロ目となれば30倍である。「チャッカラック」は、賭けた目と同じ目で3個ゾロ目になった時、最高ポイントの180倍がとれる。

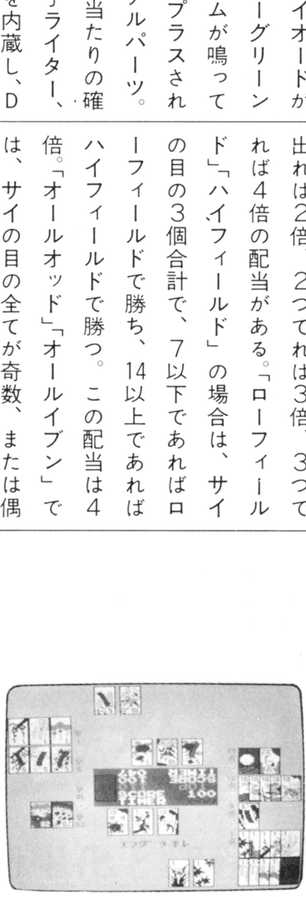
1ケ所の投入枚数は1〜5若しくは10枚。クレジットとペイアウトの2ウエイ方式。

機械はトータルイン・アウト、ハウスゲイン、ペイアウト率がキー操作で画面に表示し、稼動状況が一目で把握できる。ペイアウト率も調整可。

売上げに波のない安定した強さがメダルゲームの特長。一台は欲しい機種だ。価格は14インチカラーモニターをスリムなアップライトボックスに組み込んで86万円。

シグマ商事㈱が発売（東京都渋谷区宇田川町13—11渋谷第2富士ビル3F ☎03—496—9933）

☆対局花ピューター



日本古来の伝統的な遊び「花札」をアレンジしたTVゲーム。

コンピューターを対戦相手にした前作は好評発売中であるが、新たに花合わせが2人で楽しめる対局が登場した。

花札ゲームは比較的アキのこないものとして、ロケーションでは安定した人気がある。2人でプレイする醍醐味を加えて、ゲームの魅力も倍増した。

新製品紹

日本物産㈱（大阪市北区天神橋1—12—9 ☎06—353—5211）

☆セガ・両替機（DP—13A）

レジャー施設、ゲームコーナーのほか、ホテルや旅館など他方面に利用でき、省力化に威力を発揮するコンパクトな両替機。

使用貨幣は千円、5百円、5百円硬貨、百円硬貨の4種類。オプションのホッパーに変えると両替・メダル貸兼用機、またはメダル貸専用機としても使用できる。メダル貸専用機の場合はダブルホッパー方式で、貸出し集計が外から判る出力ポートを搭載している。

価格は83万円、業者価格で64万円。

㈱セガエンタープライゼスが発売（東京都大田区羽田1-2-12 ☎03—742—3171）

☆ジョイフルロード

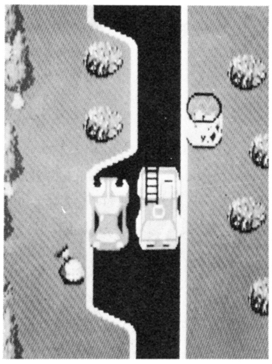
車から左右に手をだして道路に落ちている品物を拾っていくTVゲーム。画面は8パターンあり、それぞれに工夫が凝らしてある。

さて遊び方、プレイヤーは画面中央の道路を8方向レバーで操作して進む。もう一方のレバーで左右の腕をのばし、落ちている果物、栗、魚、骨、チェリー、$を取って得点をあげる。途中交差点で信号無視したり、道路の端や対抗車にぶつかったり、ガソリン切れすると1アウト。パターンが進むと道路幅が狭くなり障害物が増える。

左、右とコミカルに車から腕がのびるのも新鮮だ。

タイプはミニUP18インチと20インチカラーテーブルの2種類で、価格は共に45万円。

㈱新日本企画が発売（大阪市淀川区東三国6-1-45 ☎06—396—1621）

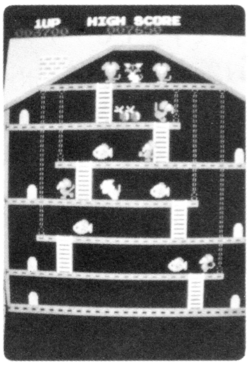


☆マウサー

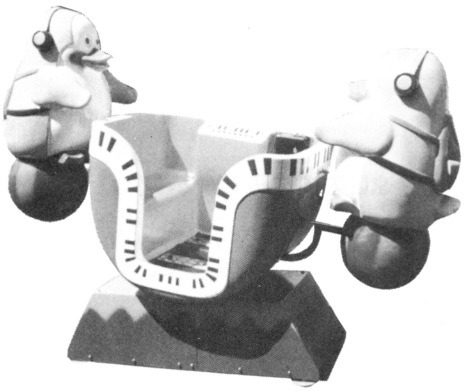
昔「トムとジェリー」というネコとネズミが登場する人気TV番組があった。此度同じようにネコとネズミが追っかけあうTVゲームがでた。マウサーはオスネコが邪魔するネズミ達を捕えて、最上段のメスネコを救出するコミカルなゲーム。

画面は4パターンあり、それぞれに得点のあげ方が異なる。第1画面はネズミを捕えボーナスキャラクターを全てとってメスネコの所にたどりつく。第2画面はインテリジェントネズミに梯子をかまれないようにして出来るだけ多く梯子を昇り降りするのがポイント。第3画面になるとネズミの爆弾攻撃が激しくなるので危険度が高くなる。最後の画面はネズミの爆弾攻撃で床全体が傾斜するので、無理せず最上段に上がってボーナスを上げるのがコツだ。犬（ワン公）も登場し、ネズミとネコの追いつ追われつのプレイに色をそえている。

㈱ユニバーサルプレイランドが発売（栃木県小山市駅南町6—13—30 ☎0285—27—6600）



☆ミュージックペンギン アイスちゃん



可愛いペンギンが左右でゆれる子供用乗物機。

コインを投入するとメロディにあわせて動く。音楽はコインボックスの横にある8つのボタンで任意に選べる。男の子にも女の子にも人気を呼びそう。仕様は全幅200、奥行80、全高150センチ。価格は68万円

東洋娯楽機㈱より発売（東京都目黒区八雲1-5-7 ☎03—718—6461）

娯楽機器総合商社
㈱千葉エンタープライゼズ
ゲーム機の御用命は当社まで!!
中古機あります
〒276 千葉県八千代市八千代台西5-1-4
TEL 0474-85-7701

新

アミューズメントマシン
娯楽機械の
総合販売
株式会社 西部レジャー
〒812 福岡市博多区吉塚3-31-65
PHONE 092-611-6353(代)

売ります。子供用アップライト機7万円より売ります。中古基板（ドンキコングジュニア、ディグダグ、ムーンパトロール）その他各種。

買います。テーブル(モナコGP、TTスピードレース）、千円両替機買い受けます。お気軽にTELして下さい。

秀和電子　大阪市大淀区豊崎7-9-15
☎06（371）6359

売ります。ICフリッパー（ドリーバートン、レザーボール、フィチャースーパーマン）、ポールポジション、ターボ、カラー筐体（タイトー）、対局マージャン、ジャンピューター、ボクシング、ザ・カラテ、さんすう道場、レーダースコープ、モナコGP、グランドダービー、風俗営業スーパーライン、その他各種基板。コイン両替機、千円両替機もあります。

買います。各種中古基板、千円両替機買います。

大裕　大阪市浪速区下寺3－6－2
☎06（644）0328

売ります。各種中古基板多数有り。値段は相談に応じます。詳しくは下記まで。

ヒルサイドアミューズメント　横浜市中区山手町9－3
☎045（681）3110

売ります。ディグダグ、ペンゴ、ギャラガ、フィッシング、モナコGP、クイックス、ラリーX、ハスラー、フロッガー、アミーダ、ジャンピューター、スクランブル、ギャラクシアン、プロゴルフ、パックマン、クラッシュローラー、ドンキーコングジュニア、ムーンクレスター、ルート16ほか。

買います。各種カラーTVゲーム高価にて買い受けます。お問合わせは下記までどうぞ。

㈱太陽商事　大阪市住之江区北加賀屋5－8－57　☎00（682）3444

当コーナーは無料です。

売ります。ディグダグ、ドンキーコングJr. ジャングルキング、ムーンパトロール、ストラテージX、プロテニス、スプリンガー、ラッソ他、テーブル型多数あります。

シグマ商事㈱　東京都渋谷区宇田川町13－11　☎03（496）9933

GAME
あらゆるゲームマシンなら
HILLSIDE AMUSEMENT
ヒルサイド　アミューズメント
〒231 横浜市中区山手町9－3
電話045（681）3110

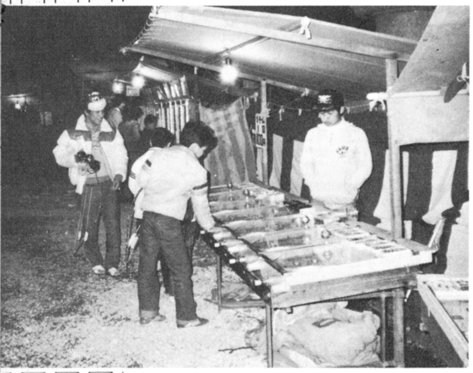
売ります。テッカーテープ（バーリー純正）２台。お気軽にお問合わせ下さい。

M・S企画　愛媛県今治市東鳥生１—９—28　☎0898（33）1421

売ります。旭精工社製Ｙ360-100）720—Ａ）（中古整備必要50円、100円用を1,000円で売ります。在庫に限りあり。

㈱宇宙堂　名古屋市北区下飯田４—６—　☎052（916）1407

売ります。〈ＵＰ型〉ブロック（セガ製ブレークオープン２万円１台、ナムコ製スーパーブロック２万円２台）サーカス（豊栄製バルンサーカス２万円１台、ユニバーサル製サーカスサーカス２万円１台、セガ製シーソージャンプ２万円１台、タイトー製トランポリン４・５万円１台）インベーダー（データ製スペースストレンジャー３万円１台）各種（セガ製アプセットブロック４万円１台、ナムコ製スターシップ３万円１台、タイトー製バリケードII ４・５万円１台、アタリ製デプスチャージ４・５万円１台、三共製キャッスルテーク７万円１台、関西製ミラー255万円１台、エスコ製プレイタイム４万円１台、ナムコ製ニュースリーライン２・５万円２台）射的（ユニバーサル製Ｂ—29・7万円１台）スポーツ（タイトー製バスケットボール10万円１台、セガ製アメラグ11万円１台、宝化学製カラテ39万円２台殆新品）メダルゲーム（任天堂製ビデオベースボール６人用（フィルム新品）時価450万円を28万円、ジャトレ製ＴＶ21.9万円２台）コックピット（ＥＸＤＹ社製スターファイヤー９万円）〈テーブル型〉雀ピューター７～11万円５台、フロッガー８万円１台、アミーゴ８万円１台、パックマン８万円３台、五目並べ８万円５台、リバパトロール８万円１台、ジャンプバグ９万円１台、クラッシュローラー７・５万円１台、ドンキーコング10万円２台、クイックス11万円２台、ブロックフィーバー３万円１台、ハスラー８万円２台、プロゴルフ12万円１台、王将13万円２台、全部14インチカラー筐体一流品のみ）〈基板〉クイックス２・５万円３台、ドンキーコング５万円３台、クラッシュローラー２万円１台、フロッガー４・５万円１台、五目並べ３万円３台、アミーダ３万円１台、ハスラー２・５万円２台、ジャンプバグ２・５万円１台、プロゴルフ３・５万円１台）〈カセットテープ、データ製殆新品〉プロゴルフ２・５万円４台、ディスコ３万円１台、プロテニス２・８万円３台、フィッシング２・９万円４台。



買います。データイースト18インチ筐体及びマルチキッド、テーブルＴＶ18、20インチ、輸出向基板、筐体（なるべくメーカーの方）買い受けます。

フロンティア産業㈱　東京都新宿区西新宿７—２—10栄立新宿ビル201号　☎03（371）3746

売ります。ボスコニアン、ラリーＸ、ドンキーコング、クイックス、その他各種基板、50円、100円シューター（旭精工）１ケ900円売ります。

買います。スペースシャトル、アラモ、ピカデリー、ズーム909、サブマリン、もぐら退治、両替機（セガ）ニューディスペンサー、10円両替機、500円、1000円両替機ほか。詳しくは下記までどうぞ。

北門レジャー　旭川市北門町15丁目　☎0166（51）8578

新日本企画 新製品発表展示会（ジョイフル・ロード）開催 1/11

去る1月11日に㈱新日本企画では新製品発表展示会を開催し、「ジョイフル・ロード」を出展、展示した。

「ジョイフル・ロード」は、コミカルタッチのドライブゲーム。左側のレバーで車をコントロールし、対抗車や障害物をよけながら右レバーを素速く操作、車から腕を伸ばして道路わきの果物やドリンク類を掴み取るという、ユニークなゲーム内容。

また、随時、ガソリン（FUEL）を補給しなければガス欠現象を呈するという奥行きのあるゲーム機。

同社販売一課の有元定男氏は「少なくとも千台は完販したい」とし、同機に関して次のように語る。

「絶対の自信作です。子供達を会社に呼んで意見を聞き、改良に改良を重ねたものですから」

この発表会ではテーブルタイプのほか、ミニアップライトも展示したが「ミニ」については18インチブラウン管を使用、前出の有元氏によれば、「14インチは最速、時代遅れ。チビッ子といえども迫力ある18インチの方が好評だ」としている。

一方、オペレーターの反応は「ユニークでコミカルなゲームであることは確かで、コーナーに1～2台は欲しいマシン」（タイコー物産、名久井社長）が某約された意見。

なお、「ジョイフル・ロード」はテーブル、ミニアップライト双方とも45万円で、基盤販売の予定はない。

大阪レジャー機械協同組合1月例会開催

大阪レジャー機器協同組合では去る1月18日、新年会を兼ねた1月例会を大阪ミナミの中国割烹「敦煌」で開催した。

議題としては次のとおり。

一、大阪府警伝達事項
二、店内管理者標示板の件
三、会員並びに家族従業員の件
四、ゴルフ其の他、友の会の件
五、旅行積立の件
六、各メーカー新製品紹介

当日、峯理事長は「今年はさらに遵法営業」の徹底を会員に強調、この趣旨のもとに組合員が経営するゲームコーナーには「店内管理者標示板」を掲げることに決定した。

コンピューターダイエット、アメリカで大人気

人間全てをはぎとると何が残るか。単に裸形になっても虚栄心なるものを纏っていると、裸の王様みたいに笑いものになる。よく目の鱗が落ちるというが、身体についたアカをとると物の道理がわかる。そのアカのたまった衣を一枚脱ぐと、虚栄心などのもろもろの感情がなくなり、後は純粋理性と思想と宗教が残る。残った衣を全部落とすとアルカイックな欲望だけがぽつねんとある。

欲望だけで意のままに行動したい人もあるだろうが、願わくば身体には一枚の衣、それと釣合う思想をもち、誰に諂うことなく生きれたらいい。

ところで世に健全な精神は健全な肉体に宿るというが、今、米国民の関心はこの健康に集まっている。女性は美容の為もあるがエアロビクスに熱中、男性は日本食が良い等と言いながらジョギングに懸命だ。

そうした風潮のなか、マーテルエレクトロニクス社が健康と美容の為にパーソナル・ダイエットコンピューターシステムを開発した。その名もダイエット・トラック（DIET TRAC）。

電卓並のコンパクトサイズを誇るこのコンピューター。年令・性別・身長・体重・サイズ・行動レベルのデータを入れると、望む体重になる為の必要な栄養値（コレステロール、カロリー、プロティン、カーボンハイドレート、脂肪、ソデューム）を出してくれるのだ。

食品科目はミルク・野菜・果物・肉・パン・脂肪の6種類に分かれ、その中から自由に選択できる。

ボタンをポンポンと押してデータインし、食品科目を選ぶと「アナタハ今日2杯マデミルクガ飲メマス。」涙がでるほど嬉しい話ではないか。

写真の美女はさも楽しげにボタン操作しているが、好きなものを食せない心中察するにあまりある。「アッもうパンは食べられないわ、折角暖めたスペアリブも駄目ね。野菜なら50グラムまではいい？う～ん」と、

Amusement Royals
05628-4-0909
AM10:00~PM10:00
ローヤル商会
〒470-21 愛知県知多郡東浦町大字緒川字竹塚8-40
東海営業所0562-34-9584 京都営業所075-441-3834

業界通信

美女の悩める姿の方が私には楽しい。

ともあれ、このダイエット・トラックは米国、特に女性の間で人気急上昇中。日本に輸入されたエアロビクス（噂によるとジャズダンスより3千円程受講料が高いらしい）も良いが、健全な肉体を養う為こういう機械も一つ持っておきたいものだ。

シグマ主催 第2回全日本ビンゴチャンピオン大会開かれる。 12/19

㈱シグマ主催による第2回全日本ビンゴチャンピオン大会が12月19日同社のビンゴイン渋谷にて開かれた。

これは同社の6店舗のビンゴインで予選を行い、各店の代表選手32人が一堂に集り、今年度のチャンピオンを競うもので、今大会ののべ参加者は527名。

現在、ビンゴゲーム機は大半のオペレーターには関心の低い機種となっているが㈱シグマがほとんど唯一と云っていいが、長年同社独自のノウハウで地道に取組んできている。

今大会は昨年の第一回を上廻る盛況で優勝、準優勝とも高田馬場店が獲得した。賞品も日立ビデオデッキなど豪華版だが、同社では今回の成果を踏まえて第三回大会に意欲を燃やしている。

サンレス、米国プリントシステム「エキスプレス」の代理店権確得

ゲーム機のプレートや店名、社名プレート等が金属、プラスチックなど広範囲な素材にスピード転写できるプリントシステム「エキスプレス」の日本代理店権を名古屋の株式会社サンレス（名古屋市西区、福本和郎代表取締役）が確得。同社では、すでに営業活動に入っている。

プリントシステム「エキスプレス」はコピーする感覚で金属、プラスチック、布などにスピーディに転写できる特徴をもっており、オリジナルの原稿を作って販促用のTシャツ、ハンカチなども簡単につくることができる。また、金属板への転写では、社名プレート、表賞状、トロフィなどが可能。カラー転写もでき、十二色が用意されている。

NAO新年会一月五日開かれる。

NAO新年名刺交換会が一月五日大阪・北区の東洋ホテルにて開催された。

会は、カワクス社の森本氏の司会によって始められ、アイレム社の辻本会長、カワクス社の川楠社長、アポロ社の段部長が、それぞれ年頭の挨拶を行った。

辻本氏は年頭の挨拶の中で「現在我が業界は非常な低迷の中にあるがこれはさらに大きな飛躍をするための時であると考える。その為にも、今年を、そのスタートの時としようではないか」と出席した会員に呼びかけた。

新年の会とはいえ、厳しい時であるだけに、会員の中には即ビジネスの話に入るものもあり、いつもの新年会とは違う熱のこもった会となった。

アイレム社新社長に高峰氏が就任

アイレム株式会社は辻本氏が社長を辞任、新たに会長に就任した。

新社長には高嶋哲氏が就任。役員は次の通り。

代表取締役専務には高堂良彦氏と北秀夫氏が就任。常務取締役には川上秀雄氏。取締役には、中野哲雄氏中座昇氏。監査役には、太田登氏、秋田忠信氏がそれぞれ就任した。

Amusement Royals
05628-4-0909
AM10:00~PM10:00
ローヤル商会
〒470-21 愛知県知多郡東浦町大字緒川字竹塚8-40
東海営業所0562-34-9584 京都営業所075-441-3834

掲示板

事務所移転・人事異動などございましたらハガキにてお知らせ下さい。

住所移転

○AMM企画はFAMS（フクイ・アミューズメント商会 坪田博継代表）に社名を変更 住所も左記の所に移転。

〒910 福井市手寄1丁目10の20 田上ビル1F

☎0776（27）2204

○株式会社金子製作所（金子 浩代表取締役）は左記の住所に移転。

〒177 東京都練馬区石神井台8の23の21

☎03（921）9661

○株式会社カンサイ総業（山口 操代表取締役）は左記の住所に移転。

〒571 大阪府門真市大字三ツ島780の1番地

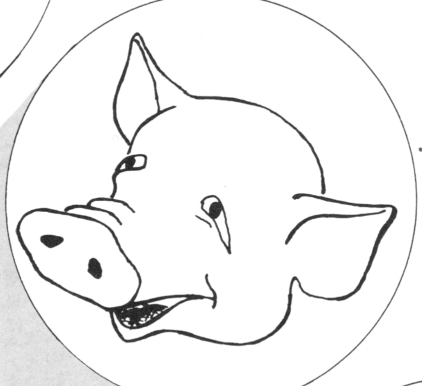
☎0720（84）2473

おわびと訂正

小誌一月号、百二十四頁において株式会社テーカンの社名を㈱テーカルと誤って記しております。おわびし訂正いたします。

朗報

ポーカーゲームがサブボード 1枚追加で アミューズメントゲームに!!



ジャンピューター以来のヒットマシン

サブボード定価 @￥29,000.—
ロムセット定価 @￥ 4,800.—

地区の独占代理店募集中!!

※ 各種基板卸し（但し10枚以上）

■今すぐお電話下さい

(有)ロケーション管理

〒193 東京都八王子市並木町3—19

TEL 0426-65-8815
TELX 0426-65-6855

謹賀新年

一九八三年　元旦

ICサービス
代表取締役　上間武雄
〒904-01 沖縄県北谷町伊平四五八―一
電話　〇九八九三（六）三二四七

アイレム株式会社
代表取締役専務　高堂良彦
〒580 大阪府松原市西大塚一―三―二九
電話　〇七二三（三三）〇〇八〇

旭精工株式会社
代表取締役　安部寛
〒107 東京都港区南青山二―二四―十五
電話　〇三（四〇一）六一八一

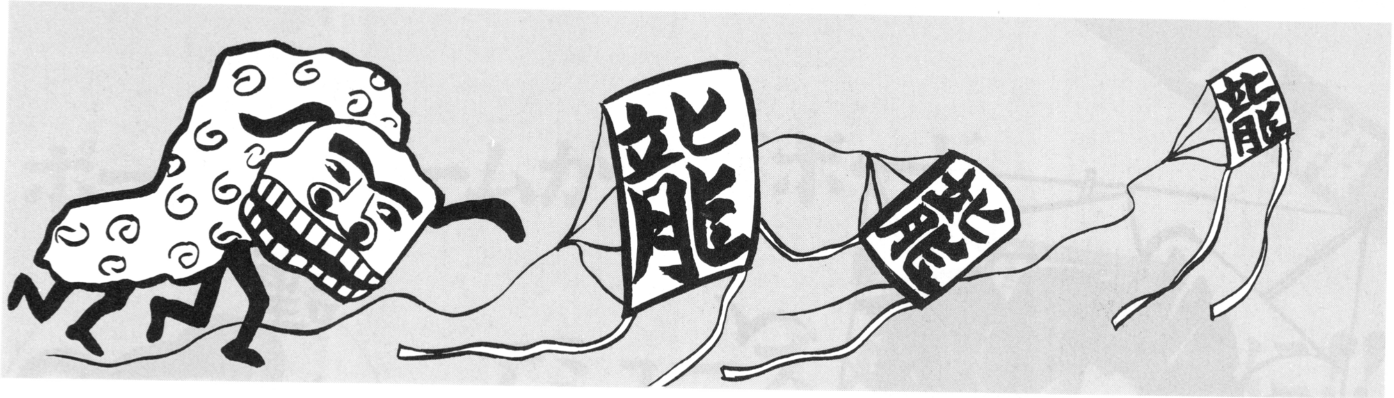
朝日エンジニアリング株式会社
朝日科学模型遊園株式会社
代表取締役社長　佐原十郎
〒770 徳島市南末広町九
電話　〇八八六（二五）二一五八
〒599-03 大阪府泉南郡岬町淡輪一三八七―二
電話　〇七二四九（四）〇七八三

株式会社アポロ
代表取締役　段為青
〒542 大阪市南区難波四―二―一
電話　〇六（六三二）八〇五五㈹

株式会社　アリス電子機器
代表取締役　太田周
〒530 大阪市北区東天満二―六―七
高橋ビル東八号館七F
電話　〇六（三五四）〇六三二㈹

株式会社　育和商事
代表取締役　山本稔
〒557 大阪市西成区花園北二―八―六
電話　〇六（六四七）一九八三㈹

今井電子工業株式会社
代表取締役　今井利日児
〒556 大阪市浪速区稲荷町一丁目六―二十二
電話　〇六（五六八）七三二六㈹



**インターナショナル
コインマシーン株式会社**

代表取締役　松木一郎

〒108 東京都港区白金台三—一四—四
ＬＢビル四Ｆ
電話　〇三（四四七）六八五一

株式会社　ウイング

取締役社長　天間松代

〒369-12 埼玉県大里郡寄居町大字寄居一五六—一
電話　〇四八五（八一）三五〇〇

エース自動機株式会社

代表取締役　村上公伯

〒154 東京都世田谷区野沢一—二〇—一
電話　〇三（四一〇）〇五一五㈹

**有限会社　ＡＢＣ商会
〃　ＡＢＣレジャーシステム**

代表取締役　矢作仁志

〒065 札幌市東区伏古九条一—五—三三
電話　商会　〇一一（七八二）九七三一
レジャー〇一一（七八二）九七四一

株式会社　エスジー販売

代表取締役　柳　善信

〒546 大阪市東住吉区桑津一—三一—二三
電話　〇六（七一四）〇七三七㈹

株式会社　エポック商会

代表取締役　大鳥鐵夫
社員一同

〒536 大阪市城東区蒲生一—一—一七
電話　〇六（九三二）二六六一㈹

株式会社　Ｍ・Ｉ・Ｐ

代表取締役　伊藤博則

〒533 大阪市東淀川区上新庄三丁目四—十一
電話　〇六（三二六）六七〇〇㈹

大倉産業株式会社

代表取締役　大倉　治

〒579 東大阪市日下町一—一—二九
電話　〇七二九（八四）六三六三㈹

**大阪ゲームマシン
オペレーター事業協同組合**

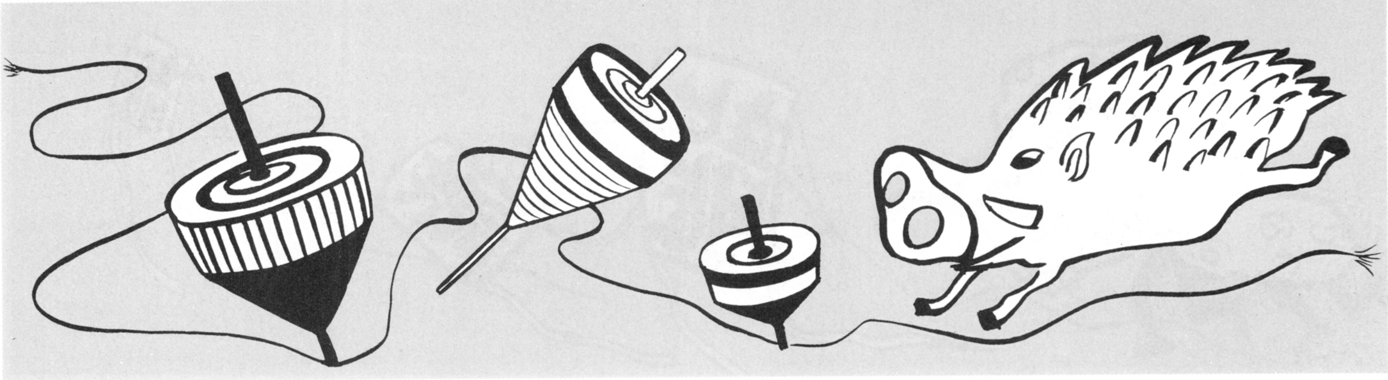
代表理事　板橋善弘
専務理事　高野幸雄
理事　大橋幸彦
〃　吉田英生
〃　秋田　弘
〃　石塚昌宏
〃　林　謙二
〃　大杉　誠
〃　松村芳樹
〃　森　誠二
〃　尾辻一男
〃　上田眞好
〃　瀬尾幸夫

〒537 大阪市東成区中道三—三—十一
〒577 東大阪市森河内西二—十二—二
電話　〇六（七八三）七一二一
七一二六一

**株式会社
大阪サービスゲームス**

代表取締役　松居　章

〒545 大阪市阿倍野区阿倍野筋二—五—三
電話　〇六（六四七）七三三一



大阪サービス販売株式会社

代表取締役　牧野征彦

〒556 大阪市浪速区元町一―十二―十七
電話 ○六（六四七）八七三三

有限会社 オリエント海渡

代表取締役　海老江広志

〒933 富山県高岡市永楽町二―三
電話 ○七六六（二五）六○○四

大阪レジャー機器協同組合

理事長　峯久
副理事長　田中熊雄
〃　奈良原敬親
専務理事　松永二郎
理事　曽久雄
監査　小林晋

〒543 大阪市天王寺区玉造本町九―六
ヤマトハイツ201号
電話 ○六（七六二）六七八七

株式会社 太平企画

代表取締役　太田幸範

〒533 大阪市東淀川区東中島一―十八―五
新大阪丸ビル内
電話 ○六（三二五）三五九一㈹

大平技研工業株式会社

代表取締役　大平輝央

〒501-32 岐阜県関市小瀬二六六五―二
電話 ○五七五二（三）二三四一㈹

大森電気株式会社

代表取締役　大森勝雄

〒190-12 東京都武蔵村山市伊奈平三―三―二
電話 ○四二五（六○）三一一一

株式会社 岡本製作所

代表取締役　岡本明三郎

〒553 大阪市福島区鷺洲三―六―二十一
電話 ○六（四五一）六一五六

加賀電子株式会社

代表取締役　塚本勲

〒113 東京都文京区湯島三―十四―二
電話 ○三（八三六）五五一一

柿崎計器有限会社

代表取締役　柿崎庸三

〒387 更埴市尾代二○九六
電話 ○二六二七（二）二九八

株式会社 カワサキ

代表取締役　川崎賢治

〒379-21 群馬県前橋市天川大島町一―五―十一
電話 ○二七二（四三）六五八五㈹

東京営業所
〒153 東京都目黒区中目黒一―三―十一
電話 ○三（七九二）二一○九

株式会社 関西BMC

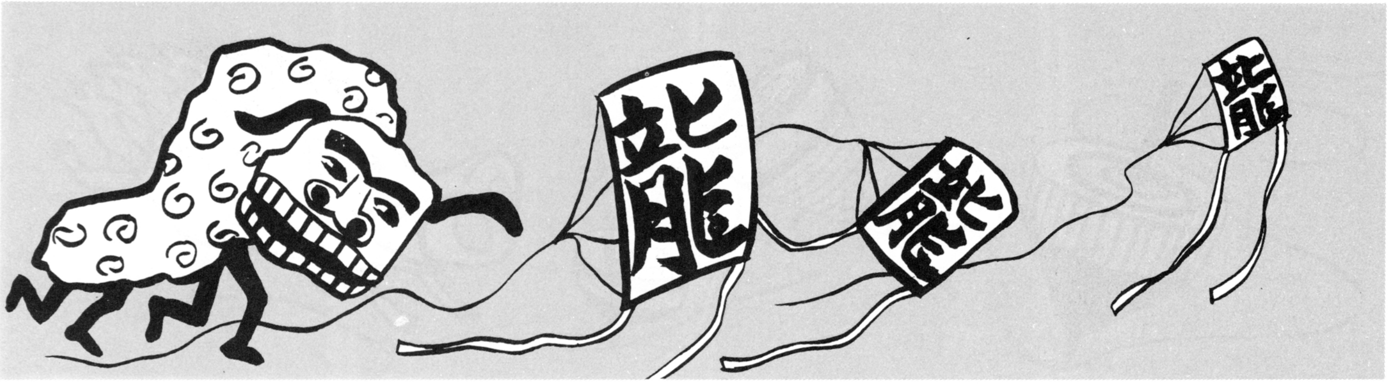
代表取締役　菅村弘司

〒545 大阪市阿倍野区阪南町二―二―十一
OBCビル四階
電話 ○六（六二四）二八八八

株式会社 関西精機製作所

代表取締役　古川謙三

〒615 京都市右京区西京極豆田町三
電話 ○七五（三一二）九二四五



関東娯楽工業株式会社
代表取締役 中村哲
〒131 東京都墨田区墨田三―一七―一〇
電話 〇三(六一〇)三一二一(代)

神田商事株式会社
代表取締役 神田孝行
〒533 大阪市東淀川区小松二―七―二六
電話 〇六(三二六)六〇〇八(代)

株式会社 岐阜遊園
代表取締役 石川昭雄
〒504 岐阜県各務原市蘇原栄町一―三
電話 〇五八三(八二)三〇三五

岐阜特機株式会社
代表取締役 真鍋巧
〒501-01 岐阜市大菅二―七八―二
電話 〇五八二(五一)〇八六一(代)

九州レジャー
〒812 福岡市博多区東比恵二丁目一―五
電話 〇九二(四七一)八九一一(代)

有限会社 九娯貿易
代表取締役 平岩勲
〒857 長崎県佐世保市島瀬町一―二
電話 〇九五六(二三)七三三一

株式会社 K・T・U
代表取締役 植田義信
〒577 東大阪市菱屋東二―九―一六
電話 〇七二九(六四)〇五一五

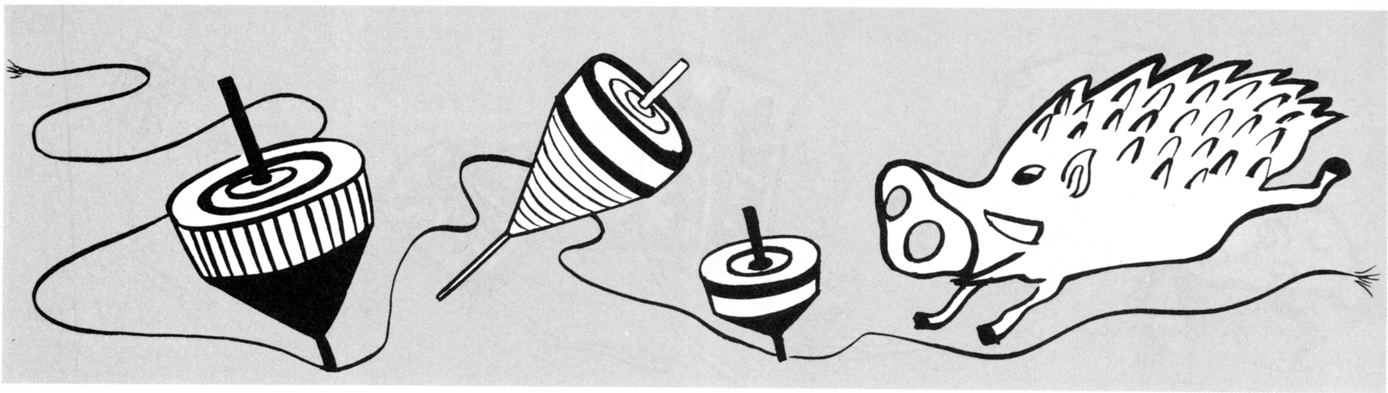
ゲームのヨシダ
代表者 吉田英生
〒547 大阪市平野区長吉六反四―六―一九
電話 〇六(七九九)二六四六

コナミ株式会社
代表取締役 仲真良信
〒130 東京都墨田区石原二―四―八
電話 〇三(六二三)八七〇一

コアランドテクノロジー株式会社
代表取締役 松田規義
〒188 東京都田無市本町六―一二―十八
電話 〇四二四(六七)二二一一(代)

株式会社 コインゲーム
代表取締役 松永光司
〒160 東京都豊島区高田三―六―一〇
電話 〇三(九八四)二五七一

甲陽産業株式会社
代表取締役 八木博
〒553 大阪市福島区鷺洲二―一二―二四
電話 〇六(四五一)五九九四(代)



有限会社 こまや製作所
代表取締役 田中弘
〒658 神戸市東灘区魚崎西町四―一―三五
電話 〇七八（八一一）三六六一(代)

株式会社 コロナ
代表取締役 佐々木茂人
〒564 大阪府吹田市垂水町三―一七―一〇
電話 〇六（三三八）〇〇五一(代)

コンソリーデーテッド通商株式会社
代表取締役 高桑修
〒532 大阪市淀川区西中島三―一九―一四 小阪ビル6F
電話 〇六（三〇八）五〇一五

三喜商会株式会社
代表取締役 大田武弘
〒540 大阪市東区徳井町一―三
電話 〇六（九四七）一二五一

株式会社 サービスゲームスジャパン
代表取締役 森武司
〒652 神戸市兵庫区入江通三―一―二七
電話 〇七八（六七一）一九〇三(代)

有限会社 サービスゲームス福岡
代表取締役 児玉輝男
〒814-01 福岡市早良区原二―十五―十九
電話 〇九二（八五一）四九八一(代)

株式会社 サカエ琥珀
代表取締役 大山行夫
〒467 名古屋市瑞穂区下坂町二―三八
電話 〇五二（五八三）〇五一一

サトー商事
代表者 佐藤孝行
〒533 大阪市東淀川区西淡路一―十五―十五
電話 〇六（三二四）〇〇五一(代)

株式会社 三栄商会
代表取締役社長 吉川正明
〒410 静岡県沼津市大岡上西耕地六九五―二
電話 〇五五九（二三）四九〇〇

三共音機株式会社
代表取締役 今井智
〒413 熱海市梅園町二―九
電話 〇五五七（八一）〇〇九三

有限会社 サンパギタジャパン
代表取締役 福本和郎
〒462 名古屋市北区柳原一―一八―八
電話 〇五二（九一六）二一二一(代)

株式会社 シグマ シグマ商事株式会社
代表取締役 真鍋勝紀
〒150 東京都渋谷区宇田川町一三―十一 渋谷第二富士ビル3F
電話 〇三（四九六）五二二一(代)

株式会社 四国メカニック
代表取締役 東原化秀
〒790 愛媛県松山市土居田町二九－一
電話〇八九九（二一）七一八八(代)

有限会社 柴商
代表取締役 柴山勝成
〒150 東京都渋谷区道玄坂二－十四－四 田中ビル
電話〇三（四九六）四二四五

株式会社 ジャック
取締役社長 飯田正道
〒546 大阪市東住吉区杭全五－一三－九
電話〇六（七一三）二七一六(代)

株式会社 ジャパンレジャー
代表取締役 金沢義秋
〒158 東京都世田谷区上用賀五－一四－九
電話〇三（四二〇）二二七一(代)

株式会社ジャル・エンタープライズ
代表取締役 佐藤晃一
代表取締役 渡辺雄三郎
〒130 東京都墨田区江東橋四－六－三－三
電話〇三（六三二）三四一〇(代)

株式会社 シュアー
代表取締役 金井豊
〒983 宮城県仙台市鉄砲町一〇〇番地一
電話〇二二二（九七）三四三一(代)

ジュピター音楽工業株式会社
代表取締役 春名勝彦
〒160 東京都新宿区西新宿一－二三－一 新宿千葉ビル6F
電話〇三（三四二）五七三一

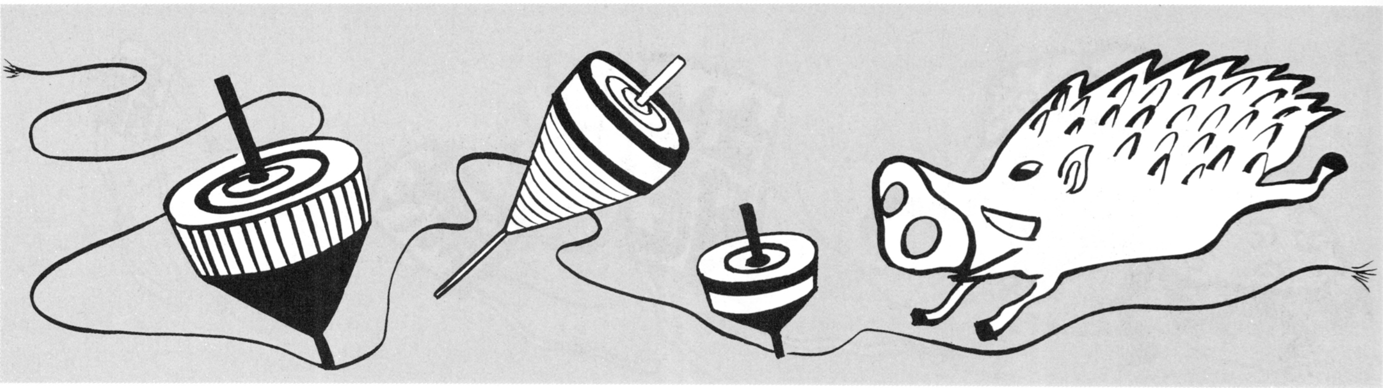
秀和電子サービス
代表者 西尾公秀
〒531 大阪市大淀区豊崎七丁目九番十五号 豊マンション一〇一号
電話〇六（三七一）六三五九
（三七一）六四三九

株式会社 ショウエイ
代表取締役 多田洲郷
〒183 東京都府中市天神町四－三－九
電話〇四二三（六六）二六六四(代)

昭和遊園株式会社
代表取締役 小島幸也
〒182 東京都調布市若葉町二－一七－三
電話〇三（三〇八）一五五一(代)

株式会社 新日本企画
代表取締役 川崎英吉
〒532 大阪市淀川区東三国六－一－四五
電話〇六（三九六）一六二一

新日本特機株式会社
代表取締役 吉永明智
〒501-62 岐阜県大垣市静里町一七七三－一
電話〇五八四（九一）八八八八～九〇



株式会社 新日興貿易
代表取締役 阿曽史郎
〒151 東京都新宿区市ヶ谷富久町一二九
市ヶ谷ホームズ一F
電話 〇三（三五八）七二四一～二

有限会社 ステファノ商会
代表取締役 田和伸
〒220 横浜市西区平沼一—一—十一
電話 〇四五（三二四）一五一一

正光通商
代表取締役 大野拓司
〒543 大阪市天王寺区味原本町六—十五
電話 〇六（七六八）三一二九

株式会社 西部レジャー
代表取締役 西原誠一
〒812 福岡市博多区吉塚三—三一—六五
電話 〇九二（六一一）六三五三㈹

泉陽興業株式会社
取締役社長 山田三郎
本社 〒556 大阪市浪速区元町一—十三—十五
電話〇六（六三三）一〇五一㈹
東京支店 〒101 東京都千代田区内神田三—五—五
電話〇三（二五二）三九五一㈹
営業種目／レジャーランドの総合企画・各種遊園施設並び特殊機械の企画・設計・製作・施工・販売・委託営業・輸出入

株式会社 総商
代表取締役 木村雅三
〒444 愛知県岡崎市井田西町一—七—四
電話 〇五六四（二四）一五八一㈹

タイガー商事
代表取締役 鈴木民夫
〒538 大阪市鶴見区今津南一—四—一〇
電話 〇六（九六二）九四一五

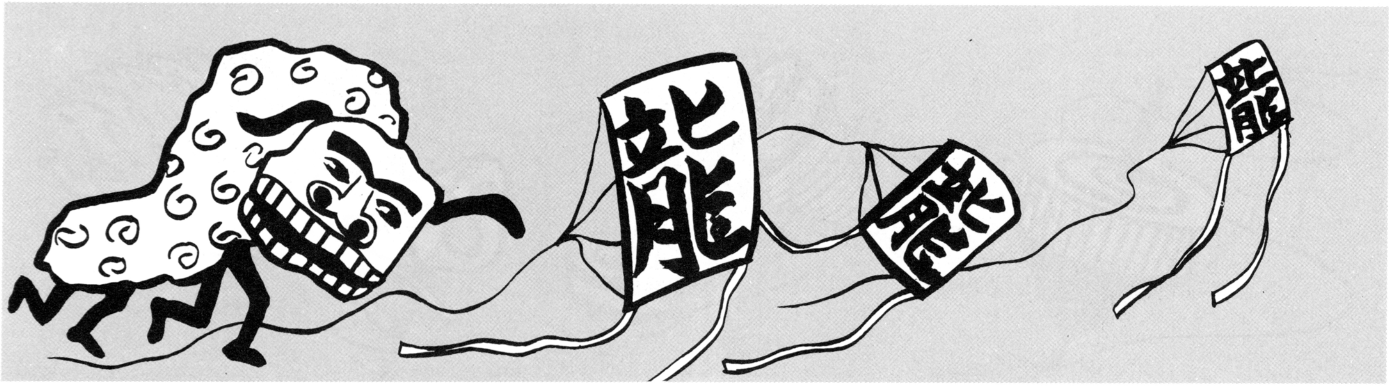
株式会社 タイカン
代表取締役 別宮浩
〒673 兵庫県明石市樽屋町六—一一
タイカンビル
電話 〇七八（九一二）五二七九㈹

株式会社 大黒堂
代表取締役 黒木昇
〒530 大阪市北区西天満五—八—五
カマタビル一F
電話 〇六（三六五）九一八八

ダイサン商事株式会社
代表取締役 矢野俊一
〒171 東京都豊島区要町二—二六—八
電話 〇三（九五七）九八八一㈹

大新物産株式会社
代表取締役 大羅永二
〒712 岡山県倉敷市連島町鶴新田七三六—一
電話 〇八六四（四六）二八二八

株式会社 タイトー
常務取締役 中西昭雄
〒102 東京都千代田区平河町二—五—三
電話 〇三（二六四）八六一一㈹



太東商事株式会社
代表取締役 山下征士
本社
〒406 山梨県東八代郡石和町四日市場一七一八
電話 ○五五二六（二）四七一八(代)
東京支店
〒151 東京都渋谷区代々木二-六-八 中島第一ビル7F
電話 ○三（三七九）七三二二(代)
サービスセンター
〒406 山梨県東八代郡石和町四日市場一七九七
電話 ○五五二六（三）二二九七

株式会社 タイヨー
代表取締役 国枝啓三
〒556 大阪市浪速区下寺一―四―五
電話番号 ○六―六三二―四七七〇(代)

太陽娯楽物産株式会社
代表取締役 小浜伊和雄
〒570 大阪府守口市文園町一八番地
電話 ○六（九九一）○六○一

株式会社 太陽自動機
代表取締役 宮坂芳男
〒135 東京都江東区森下三―六―五 森下ビル
電話 ○三（六三三）五四一一(代)

株式会社 太陽商事
代表取締役 寺山和廣
〒559 大阪市住之江区北加賀屋五-八-五七
電話 ○六（六八二）三四四四(代)

高井商会
代表者 高井一美
〒578 東大阪市西鴻池町一―一四―一三
電話 ○六（七四四）一二八三(代)

株式会社 タカノリース
代表取締役 高野幸雄
〒577 東大阪市稲田一四一四
電話 ○六（七四六）六五五一

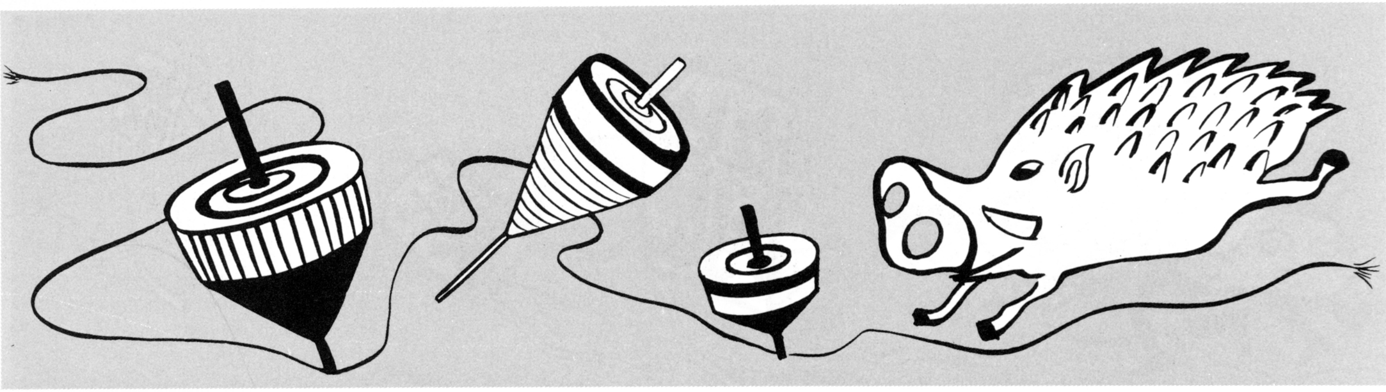
タスコ株式会社
代表取締役 上原勝
〒113 東京都文京区本駒込三―一七―二
電話 ○三（八二七）六七四一(代)

玉村商事株式会社
代表取締役 玉村勝啓
〒615 京都市西京区山田出口町26番地
電話 ○七五（三九二）六三二一(代)

株式会社 中外アソシェーツ
代表取締役 梶格康
〒317 茨城県日立市弁天町三―一―六 ACC中外ビル
電話 ○二九四（二二）二五〇一(代)

株式会社 ツムラ
代表取締役 津村三百次
〒538 大阪市鶴見区放出東二―八―一
電話 ○六（九六九）三五三一(代)

データイースト株式会社
代表取締役 福田哲夫
〒171 東京都豊島区南池袋三―九―五
電話 ○三（九八八）二五七一(代)



株式会社 ティ・アンド・エム
代表取締役 兒嶋高儀
〒550 大阪市西区南堀江一—一六—一五 名城ビル
電話 〇六（五三三）〇一四七㈹

株式会社 トーケン
代表取締役 土屋健蔵
〒540 大阪市東区京橋一—七 OMMビル5F
電話 〇六（九四三）三三二二

東宝商事株式会社
代表取締役 中村欽也
〒530 大阪市北区天満橋一—三—一二
電話 〇六（三五七）一〇〇〇㈹

株式会社 トーワ
代表取締役 進藤浩敏
〒221 横浜市神奈川区入江二—一—一五
電話 〇四五（四三四）一九三三

有限会社 東部レジャーサービス
代表取締役 舘石重光
〒410 静岡県沼津市上香貫二瀬川町一四八〇
電話 〇五五九（三三一）八〇〇〇㈹

有限会社 東洋物産
代表取締役 八川源次郎
〒545 大阪市阿倍野区阪南町五—五—四
電話 〇六（六二八）二一三六

トランス・ワールド商事株式会社
代表取締役 高井一秀
〒536 大阪市城東区野江三—二七—一〇
電話 〇六（九三四）六七七七〜八

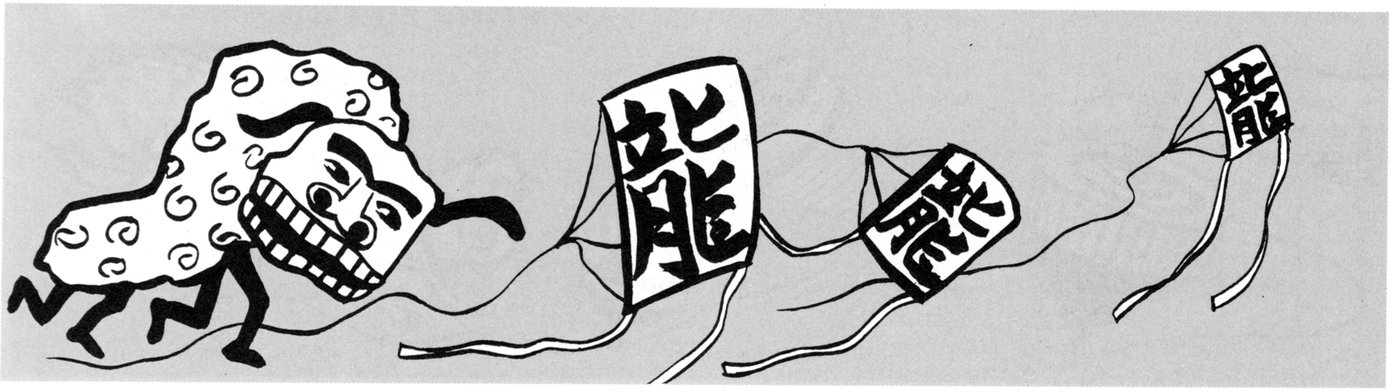
東京パブコ株式会社
代表取締役 古田収二
本社 〒150 東京都渋谷区渋谷一—五—六
電話 〇三（四九八）一一二三
支社 〒532 大阪市淀川区西中島四—五—二〇 西中島ビル一F
電話 〇六（三〇四）〇一〇五

株式会社 中津屋レジャープランナー
代表取締役 板井康道
〒534 大阪市都島区東野田一—二〇—一一
電話 〇六（三五七）〇一八一
〇六（三五四）三四九一

中日本リース株式会社
代表取締役 早川永一
〒463 名古屋市守山区大森字今尻三四二二
電話 〇五二（七九八）一〇五三㈹

日興精機株式会社
代表取締役社長 山口修三
〒580 大阪府松原市立部二丁目五番十八号
電話 〇七二三（三七）〇五九〇

日本娯楽機株式会社
代表取締役 遠藤嘉一
〒107 東京都港区南青山二—二—四
電話 〇三（四〇二）七三一一〜三



日本バーリー株式会社
代表取締役　山木政雄
〒542 大阪市南区島之内一丁目二一番二〇号
電話　〇六（二五二）八五三三

日本物産株式会社
代表取締役　鳥井末治
〒530 大阪市北区天神橋一—一二—九
電話　〇六（三五三）五二一一㈹

日本流通販売株式会社
代表取締役　豊川勇
〒530 大阪市北区天神橋四—三—一九 弘栄興産ビル２Ｆ
電話　〇六（三五八）六八一三

株式会社　日本商事
代表取締役　小川義雄
〒536 大阪市城東区永田二—五—九
電話　〇六（九六二）七七二一

日本メカニック
代表取締役　前田彰一
〒680 鳥取市湖山町北二—一二一
電話　〇八五七（二八）二二五四

合資会社　野々部時計店
代表　野々部勇
〒460 名古屋市中区大須二—二九—五
電話　〇五二（二三一）五三六一

有限会社　パコム・エンタープライズ
代表取締役　登川昇
〒542 大阪市南区二ッ井戸町二
電話　〇六（二一三）六六八七

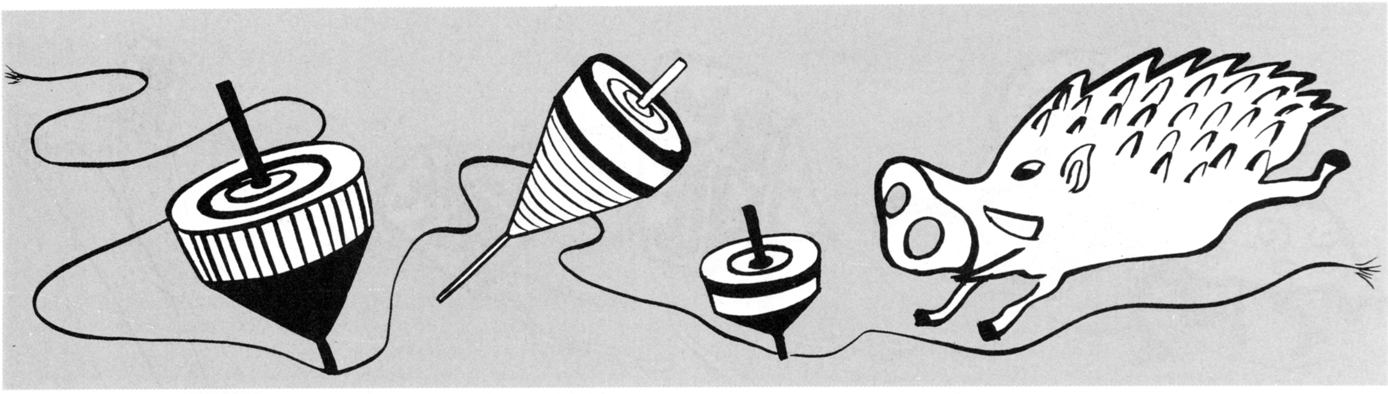
パサディナ インターナショナル株式会社
代表取締役　細井久平
〒562 大阪府箕面市瀬川四—一五—五三
電話　〇七二七（二一）八八三〇

株式会社　バリージャパン
代表取締役　マーロン・バーバー
〒150 東京都渋谷区道玄坂一—十四—九 ソシアル道玄坂ビル204号
電話　〇三（四七六）五九八一〜二

阪神総商株式会社
代表取締役　井上久雄
〒660 尼崎市よも川町四〇二 井上ビル内
電話　〇六（四一三）一〇三一〜三

ヒルサイドアミューズメント
代表者　柴田昌寛
〒231 横浜市中区山手町九—三 山手マンション
電話　〇四五（六八一）三一一〇
〇四五（六六二）〇一〇九

株式会社　日高商会
代表取締役　高畑吉秀
〒933 高岡市下関町六—一 高岡ステーションビル３Ｆ
電話　〇七六六（二四）三五五五



藤井商事
代表者 藤井清志
〒532 大阪市淀川区西中島六―一〇―三 ストロング新大阪一〇一
電話 〇六（三〇五）一〇七三

株式会社 富士商
代表取締役会長 有山尚志
〒530 大阪市北区曽根崎新地一丁目三番三号 成晃ビル4F
電話 〇六（三四五）二七一〇

株式会社 冨士リース
代表取締役 山本英二
〒556 大阪市浪速区稲荷一―五―四―101
電話 〇六（五六二）七六五五

フロンティア産業株式会社
代表取締役 内河熙
〒160 東京都新宿区西新宿七―二―一〇 栄立新宿ビル201号
電話 〇三（三七一）三七四六

株式会社 ベンドジャパン
代表取締役 的場昭一
〒556 大阪市浪速区恵美須西参丁目三―三六
電話 〇六（六四三）三八五七

株式会社 ホープ
代表取締役 小野定良
〒211 川崎市中原区今井上町五〇番地
電話 〇四四（七二二）六一四一㈹

大型遊園機械 製造・販売 豊永産業株式会社
代表取締役 永楽藤八
〒555 大阪市西淀川区大野三―七―四三
電話 〇六（四七五）〇三二一

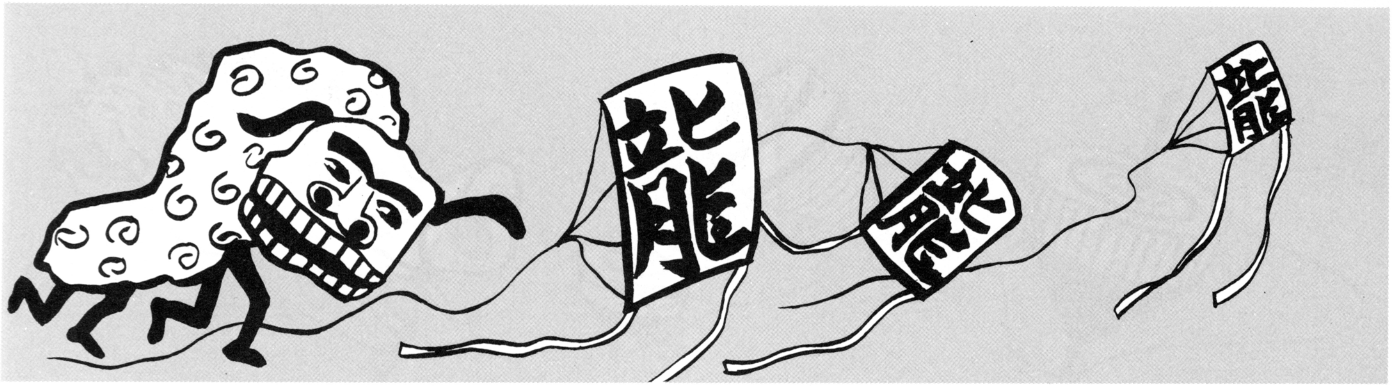
有限会社 ボナンザエンタープライゼズ
代表取締役 千葉和海
代表取締役専務 柏木義昭
〒231 横浜市中区新山下三―三―四十三 ボナンザビル
電話 〇四五（六二三）五七一一

株式会社 ホビーエンタープライズ
代表取締役 鍋島貞男
〒170 東京都豊島区北大塚三―三三―五
電話 〇三（九四九）四八八一㈹

有限会社 松商
代表取締役 松岡周平
〒329-21 栃木県矢板市中五六三
電話 〇二八七四（三）三三四四

有限会社 マル信産業
代表取締役 松本正實
〒124 東京都葛飾区小菅三―九―二十三
電話〇三（六九〇）三九二一〜三

株式会社 マルボシ
代表取締役 加藤登
〒456 名古屋市熱田区一番一―四―三
電話 〇五二（六八二）五八四〇



有限会社 ミキ商事

代表取締役　金森一徳

〒564 大阪府吹田市江ノ木町十二―一
電話 〇六(三八六)三一〇七

株式会社 水野商会

代表取締役　梅村富久

〒465 名古屋市名東区小池町四五二
電話 〇五二(七七二)四五七五

ミゼッティ工業株式会社

代表取締役　橋本敬造

〒187 東京都小平市鈴木町一丁目二三番二号
電話 〇四二三(四二)二八五一～三

峯興業有限会社

代表取締役　峯　久

〒532 大阪市大淀区加島一―五〇―二九
電話 〇六(七六一)九一八二
〇六(三〇九)三三〇三

武蔵野工機株式会社

代表取締役　富田窓可

〒121 東京都足立区南花畑三―七―十三
電話 〇三(八五〇)六〇〇四

明昌特殊産業株式会社

代表取締役　岡本昌明

〒553 本社 大阪市福島区海老江七―一九―九
電話 〇六(四五八)三五五七(代)

株式会社 名豊商事

代表取締役　高梨政己
専務取締役　岩瀬信義

〒110 東京都台東区東上野三―一〇―四
ムラゼンビル二F
電話 〇三(八三三)四八九一～五

メキシコ娯楽

代表者　吉村敬一郎

〒370 群馬県高崎市中尾町七六七～五
電話 〇二七二(六三)三九一五(代)

株式会社 ユニエンタープライズ

代表取締役　玉手良光
専務取締役　小村　茂

〒151 東京都渋谷区代々木三―二十四―三
電話 〇三(三七〇)〇三三一(代)
〒982 仙台市若林一―十―十二
電話 〇二二二(八六)九六二一(代)

株式会社 ユニバーサルプレイランド

代表締取役　鷺谷晴美

〒323 本社 栃木県小山市駅南町六―一三―三〇
電話 〇二八五(二七)六六〇〇(代)
〒101 支社 東京都千代田区神田鍛治町三―四
中川屋ビル 四F
電話 〇三(二五二)七九六五

株式会社 レジャーサービス

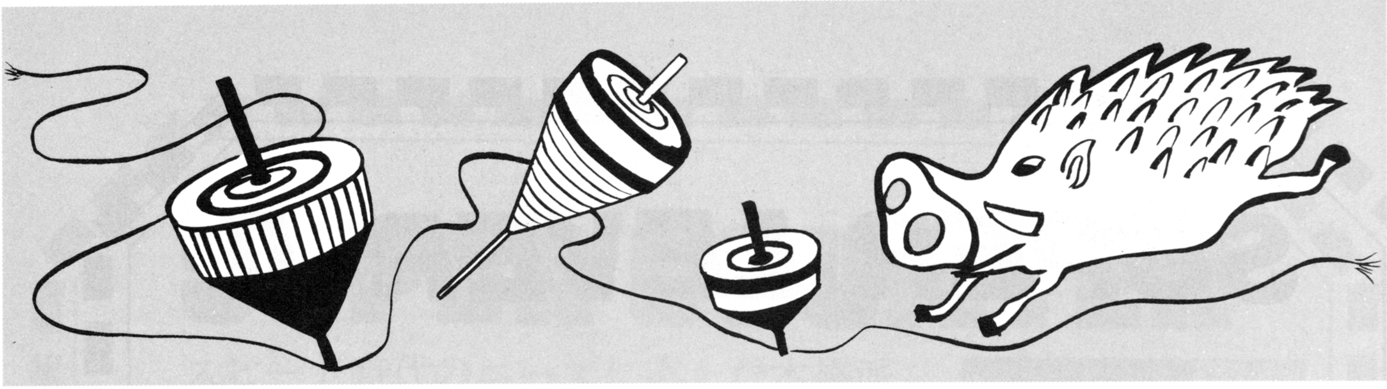
代表取締役　新山広英

〒983 宮城県泉市南光台東一丁目三〇番一号
電話 〇二二二(五二)一七一一(代)

レジャートロン工業株式会社 LTIコンピューターラボ

代表取締役　坪川義雄

〒156 東京都世田谷区宮坂二―二六―二〇
大武ビル
電話 〇三(四二五)〇八四四(代)



ロジテック販売株式会社

代表取締役　川野行男

〒104 東京都中央区八丁堀三―十―一
章山堂ビル
電話　〇三（五五三）三四八一

株式会社　ローラートロン
株式会社　ローラートロン大阪

代表取締役　森　真一

〒160 東京都新宿区西早稲田二―二〇―一
電話　〇三（二〇四）〇四六九
〒533 大阪市東淀川区東中島一―十二―三三
電話　〇六（三二五）三八四三

株式会社　ワールドタイヨー

代表取締役　平川雄也

〒533 大阪市東淀川区東中島一―一八―五
新大阪丸ビル　二〇六
電話　〇六（三二三）八〇〇一㈹

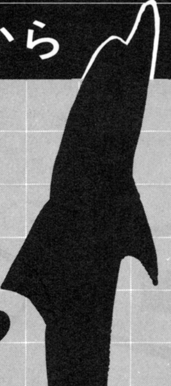
旧年中は小誌をご愛読いただきましてまことにありがとうございました。本年も引きつづきご愛読をよろしくお願いします。

㈱高砂電器商事

ティワイ企画

大阪市東成区東今里3－14－29 ☎06－971－4187㈹

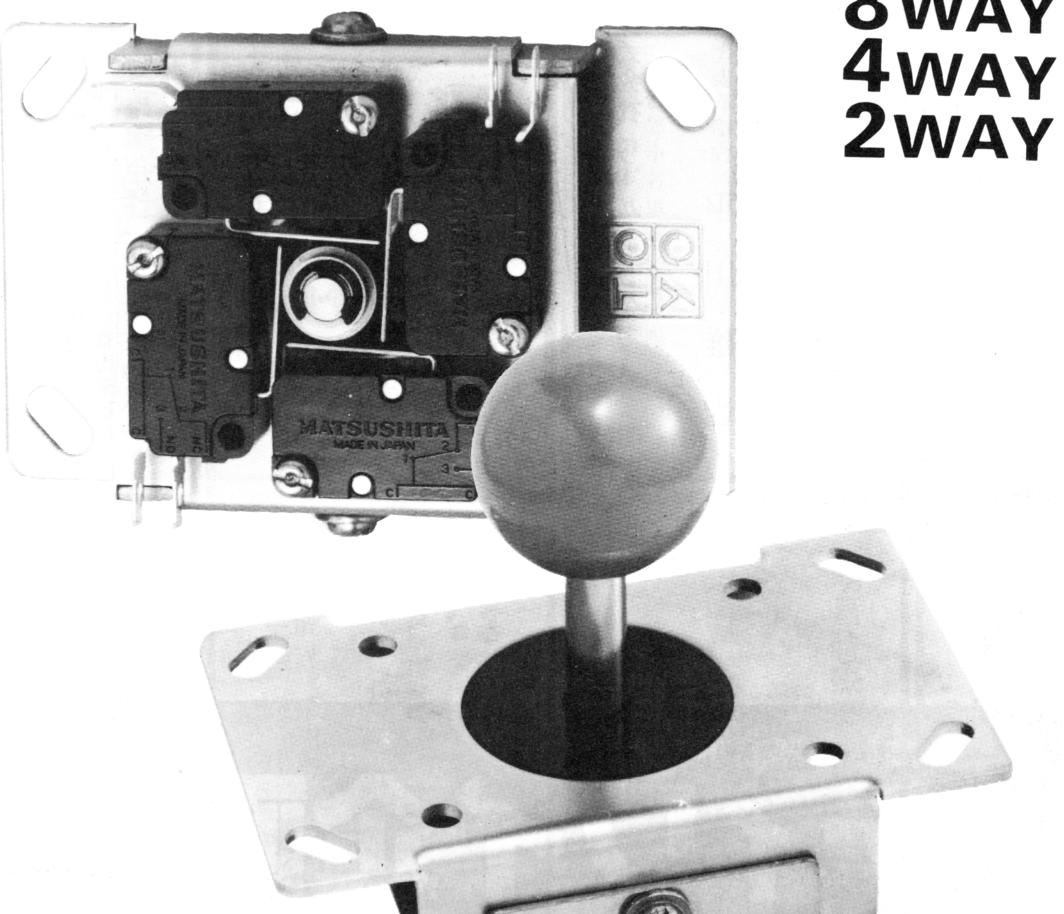
娯楽遊戯機の製造から販売・修理全般まで。



ジャンプ!! 1983

SUPER LEVER-II

8WAY
4WAY
2WAY



意匠登録四件出願済み
実用新案二件出願済み

コイン基板　ステンレスメダル

ステンレスメダル ● ゲームマシン
株式会社 東葉興業
千葉県市川市香取2－12－15 〒272－01
TEL 0473（57）2658（代）

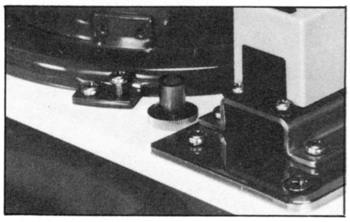
SUPER COUNTER

スピード時代のニーズに応えた本格派、
頼もしいタフな計数機です。

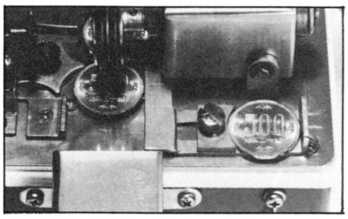
●電動・手動の2ウエイシステム装備
●新500円も計れるフリーサイズ
●持運び便利な小型・軽量サイズ設計

W. 250㎜ H. 180㎜ D. 290㎜ Weight 6.3kg

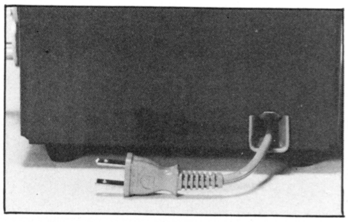
●本機にはコイン選別機構は装備されていません。
●予告なしに製品の外観・仕様など改善のために変更されることがあります。



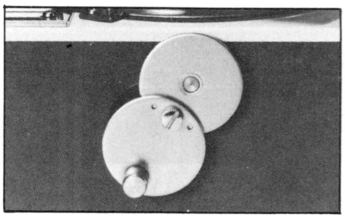
パワースイッチ
抜群の耐久力を誇る小型ギャードモーター採用により、計数能力速度毎分1,000枚のパワフルな機能を発揮します。



フリーサイズ・コインゲージ
コインを選ばないフリーサイズゲージ方式装備。計数の際は必ずコインゲージにコインを一枚挿入し、ゲージを合せてください。



コードリール
自動巻取りコードリール採用によりコードの収納も簡単です。電動使用の際は本機後部よりコードを引出し、ご使用ください。



手動ハンドル
堅牢な小型ハンドル設計を採用のため、収納の際にはミニサイズ、ご使用の際はネジー本の操作で使い易い大きさのハンドルに変ります。

TOYO

ステンレスメダル ● ゲームマシン

株式会社 東葉興業

千葉県市川市香取2－12－15 〒272－01
TEL 0473 (57) 2658(代)

玉造ゲームセンター
峯　久美子さん

Mademoiselle
わが社のマドモアゼル

峯　久美子さん23歳。笑顔がとっても可愛いいけれど、父親ゆずりの芯の強い一面も。
「将来、といっても近い将来なんだけど、ゲームコーナーを経営したいの。だから今、ＩＣの勉強を一生懸命しています」
話を聞いたのは大阪で二番目に古いとされる老舗、玉造ゲームコーナーで。
短大では日本文学を専攻し、卒業後はお茶とお花の花嫁修業中だが、夕方からお店でアルバイト。だからゲームも大好きとか。
「フロントラインなら2万点は軽～いわよ」片岡孝夫が理想のタイプ。「私のよき理解者で、独裁者でない人が………」
この親あってこの娘(こ)あり。傍らで峯　久さんがニッコリと。

月刊コインジャーナル１月号
VOL 8・NO. 81
発行・編集＝小 林 一 郎
発行所＝株式会社コインジャーナル
住　所＝大阪市北区兎我野町9-23
聚楽ビル503☎06(315)7739
印　刷＝㈱サンリョー
発行日＝昭和58年１月20日
購読料＝1部1,200円・半年7,000円
年間14,000円
（郵送料込）

編集後記

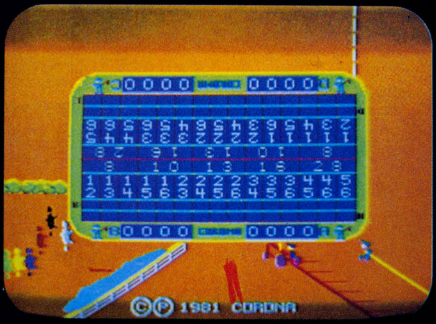
▼一月号が予想外に遅れてしまって申し分けありません、お詫びします。今年こそ発行日厳守をスタッフ一堂でキモに命じていた矢先きの出来事、新年早々「猪突猛進」とはいかず、その分、記事の確度（角度）の方でお許しのほどを▼魑魅魍魎たる政界の内幕をはしなくも露呈した中川一郎氏の自殺。一部には他殺説もあり、まことにもって不可解な世界。それにしてもマスコミ、特に大手新聞の豹変ぶりには驚くばかり。生前、「北海道のヒグマ」などとちゃかしておいて、没後は「あれで細やかな神経の持ち主だった」などと美談を披露。死者に鞭打つよりまだましか▼マスコミといえば昨年は当業界にとっても大変な一年だった。今年こそ明るいニュースで飾りたいもの▼「インベーダー判決」の影響やいかに。今年はコピー論争が再燃する予兆あり。

スリルに差をつける

テン(10)ポイントの落馬ゲーム

ニュータイプ

ウインナーサークル・11 イレブン



For Amusement Only
メダルマシンは
必ず娯楽用に
お使いください。

株式会社 コロナ
大阪府吹田市垂水町3−17−10 〒564
電話 06-338-0051 テレックス 5233503 CRN J

Corona Co., Ltd.
3-17-10, TARUMI-CHO, SUITA-CITY, OSAKA, JAPAN
PHONE: 06(338)0051 TELEX: 5233503 CRN J

都会派のカラオケ採点機

現代感覚を追求した結果ゴージャスでムーディな『ミュージック・スコアラー』が誕生！

ミュージック・スコアラー

スペシャルタイプ

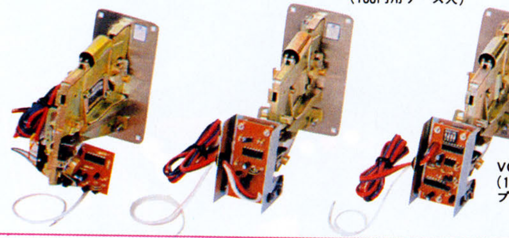
スコアーサービススイッチ

デラックスタイプ

★コンピューターによる採点
★採点ランクは４段階切換
★スコアーサービススイッチ付

★デュエットが可能
★本体パネル一体型
★各種タイプのカラオケに取付けが可能

★電子コインシューター（17EN・アミューズメント用）（17C・Dメダルマシン用）



VOB-17EN（100円用）
VOB-17C（100円用ケース入）
VOB-17D（1コイン1・2・3・5プレイ用）

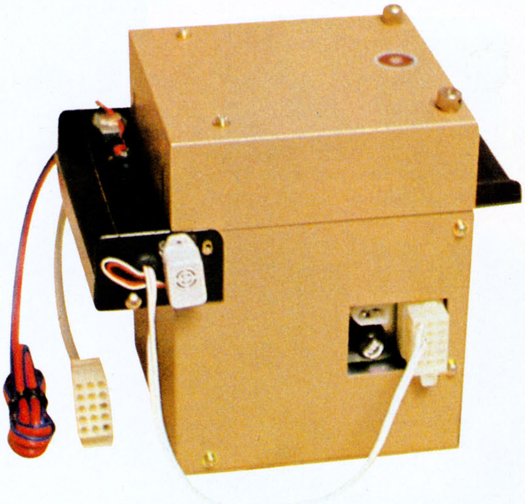
★ノイズキャンセラー

デラックスミニ型

スペシャル型

DX（デラックス）型

★磁気キャンセラー（日本コインコ及び新国産用）（他に旧国産タイプもあります）

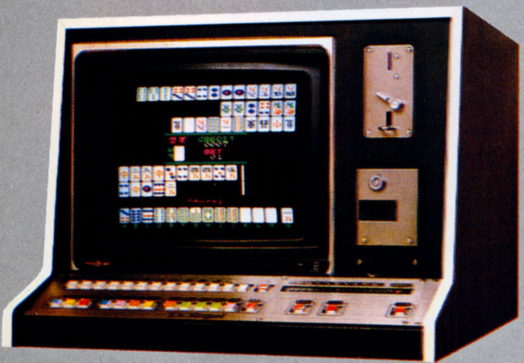


総発売元 正光通商
SEIKO COMMERCE CO.,LTD.
大阪市天王寺区味原本町６番15号（上町ハイツ１Ｆ）
☎06(768)3129・06(764)0969
6-15, AZIWARA HONMACHI, TENNOUGI-KU, OSAKA, JAPAN.

無限の可能性を秘める
ニューマーケットへの出発（たびだち）

TVロイヤル

今、ホテルテレビはマルチ機能を持った。



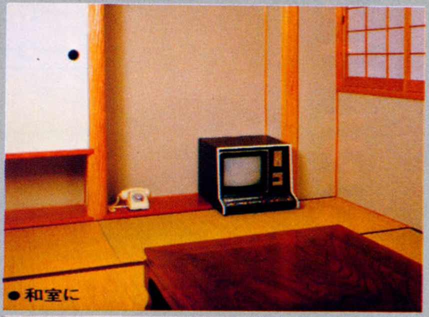
実用新案 No.57054044
実用新案 No.57067778

- 主機能　テレビジョン……………………一般民生テレビ
　　　　　テレビゲーム……………ロイヤルマージャン
　　　　　ビデオゲーム……………………………………
- 100円対応時間 …………………………5通り選択可能
- プリンター……不正使用防止用表示式プリンター機能
- ブラウン管 ……………………ナショナルTH14-N30R
- 寸法…………巾(W)555mm奥行(D)550mm高さ(H)630mm
- 重量…………………………………………………40kg

●現在ホテルに設置されているテレビはせいぜいサービス機能のみで、収益にはつながらないのが現状です。新時代のホテル経営に先きがけ多機能テレビジョンがクローズアップされています。
従来の“民生テレビ”機能に加え、大きな収益源としてテレビゲームでお客様にお楽しみいただき、さらに第三の機能としてビデオモニター機能も備え、お客様のニーズに広くお応えできます。
しかも、和・洋室どちらにもマッチする省スペース設計のボディデザインです。管理も簡単、使用回数をチェックするプリンター機能・他に防犯機能付です。

＊　＊　＊

●PRINTERは、取付けられたゲーム機に対し、そのゲームの結果(得点)を打ち出させるためのものです。
①**コードナンバー**：ゲーム機各一台ごとに付けられた番号で０００１～９９９９まで９９９９台まで順に付けられます。
②**シリアルナンバー**：ゲーム機電源をＯＮした時点からＯＦＦするまでにプリントされる回数を０００～９９９まで順に打ち出します。
③**ペイアウト**：ゲーム終了後の得点が打ち出されます。



●和室に

●洋室に

YUVO
大平技研工業株式会社
OHIRA GIKEN KOGYO CO.,LTD. 2665-2, OZE, SEKI-SHI, GIFU-KEN, JAPAN.
TELEFAX 05752-3-1779

本社工場	岐阜県関市小瀬２６６５－２	☎05752-3-1341㈹
第二工場	岐阜県関市豊岡町３－２	☎05752-4-2101㈹
東京営業所	埼玉県川口市芝園町3-9-312	☎0482-67-3649
名古屋営業所	名古屋市西区新道１－３－10	☎052-571-6667

早さと安さと信頼で…。
■14、20インチ筐体
■各種基板（あらゆるゲームの高品質基板を取り揃えております）
■各種ゲーム基板50枚よりオーダーできます。
■各種ソフト開発ならびにソフト変更いたします。
We are dealing With 14 and 20inch cabinets, and other high-quality boras of every kind.
In addition, We'll develope and modify any soft-ware system.
ORDER OF BOARDS SHOULD BE more than 50 pieces.
新発売 ニューマージャンゲーム
(ポン)和了麻雀
For Amusement Only
メダルマシンは必ず娯楽用にお使いください。
日本物産及びセガ社新製品につきましては、どこよりも安く早く納品が可能です。又、開発に関しましてもA級の設備を保持しております。あらゆるゲーム機及び基板の御用命は、ぜひ当社までお願い申し上げます。
Referring to your inquiry for New Model of NIHONBUSSAN and SEGA enterprises, We are able to make shipment with good spead and best prices compared with the other. And further to development, We have a hight grade to equitment.
If there is any further information, We can give you on any of Video-game and boards.
Please refer the matter to us. We shall be only too glad to reply immediately.
株式会社 エスジー販売
〒546 大阪市東住吉区桑津1丁目32番23号
電話（06）714－0737(代)
SG HANBAI, INC.
1-32-23 KUWATSU, HIGASHISUMIYOSHI-KU, OSAKA, JAPAN 〒546 (Phone)06-714-0737

O.C.S. Peru S.A.
Jr. Puno 863 of "A", Apartado 604 Lima, Peru
Tel: 27-2503
Representative: Mr. H. Sato

O.C.S. Rio Office
a/c International Knowledge Information System Imp. Ltda,
Rua Joao Eufrosino, 22, Consolacao 20711-Rio de Janeiro-R.J. Brazil
Tel: 202-5418

O.C.S. Sao Paulo Office
a/c International Knowledge Information System Imp. Ltda
Rua Afonso de Freitas, 125 Paraiso 04006–Sao Paulo–SP Brazil
Tel: 289-1833, 1612, 1012
Representative: Mr. F. Suzuki, Mr. S. Kamata

Representaciones Asao Goto Edificio
Lucy, Local-1, P.B., La Fe, A Esperanza, Caracas, Venezuela
Tel: 562-1283, 561-1490
Telex: 21799 (YUZO)
Representative: Mr. A. Goto

EUROPE MIDDLE EAST AND AFRICA

O.C.S. London Office
O.C.S. House 98/104 Baylis Rd., Waterloo, London SE17AY, England
Tel: 01-928-3285 ~ 9
Telex: 8812305 (OCSLON G)
Representative: Mr. A. Ogi, Mr. M. Furuzawa

O.C.S. Paris Office
c/o Oversea Service Takahashi, 10, Rue du Chemin-Vert 75011
Paris, France
Tel: 355-0470
Telex: 670382 (OST PARIS)
Representative: Mr. I. Kawase, Mr. T. Takahashi

O.C.S. Hamburg Office
c/o Taisei Hashimaru, Brennerstr. 27, 2000 Hamburg 1
West Germany
Tel: 280-3245 ~ 6
Representative: Mr. H. Takamitsu, Mr. T. Hashimaru

O.C.S. Frankfurt Office
c/o Mikuni Lebensmittel Ex-Import G.m.b.H.
Fahrgasse 91-95, 6000 Frankfurt/Main, West Germany
Tel: 0611-29-3449
Representative: Mr. T. Kawasaki

Oversea Courier Service Agentur Düsseldorf
Immermann-Strasse 31, 4000 Düsseldorf-1 B.R. Deutschland
Tel: 0211-360463 ~4
Telex: 8587314 (8587314 TKG D)
Representative: Mr. Y. Ofusa, Mr. T. Takagi

Oversea Courier Service Bruxelles Office
12, Rue Godefroid Devreese, 1030 Bruxelles, Belgium
Tel: 2-2157076
Representative: Mr. T.M. Katsuyama
Miss M. Kawauchi

Oversea Courier Service Amsterdam Office
Nicolaas Mitsenkade 45, 1017 zv Amsterdam, The Netherland
Tel: 020-268050
Representative: Mr. T.M. Katsuyama

Scope of Circulation			Total amount of twelve-month subscribing price, incl. carriage charge.
S.E. Asia, Oceania	Formosa (Import license required), Hongkong		23,400 yen
	Thailand, Philippines, Singapore, Guam, Macau		25,140—
	Malaysia (incl. Kuala Lumpur)		29,520—
	India, Pakistan, Laos, Burma		31,140—
	Australia, New Zealand, Bangladesh, Afghanistan, Sri Lanka, Nepal		33,000—
	Peking City		32,760—
North & Central America	Hawaii		32,700—
	U.S.A. (Manhattan Isl. in New York; Washington D.C.; States of Illinois, Washington and California)		34,560—
	Canada (British Columbia, Ontario)		
	Houston City, State of New Jersey		36,720—
	U.S.A., Puerto Rico, Canada (excl. those mentioned above), Mexico		37,680—
	Panama and Other Countries in Central America (excl. Cuba)		37,080—
Europe, Central & Near East, South America, Africa	U.K., W. Germany, France, Egypt, Denmark		40,080—
	Kuwait		41,340—
	Europe (excl. U.K., W. Germany, France, Denmark), Republic of South Africa, West Berlin, Venezuela, Brazil (São Paulo), Peru		41,820—
	Central & Near East, Africa, South America (excl. those mentioned above)		41,400—
Not-mentioned-above countries, Via Post Office	Air Mail First Zone Postage	Areas other than above	38,480—
	Air Mail Second Zone Postage		43,280—
	Air Mail Third Zone Postage		48,080—
	Sea Mail (general throughout the world)		20,280—

Prices above are when subscribing to our magazine through O.C.S.

Prices through our office at first hand
see the reverse side.

PLEASE SUBSCRIBE AT OVERSEA COURIER SERVICE

SUBSCRIPTION INQUIRY SHOUD BE BOTH MAILD OR PHONED TO THE OFFICES OF OVERSEA COURIER SERVICE IN MAJOR CITIES.

ASIA & THE PACIFIC AREA

Taiwan English Press
No. 78, Sec. 1, Chung-King South Road (P.O. Box 225), Taipei, Taiwan
Tel: 311-4727 ~ 8
Representative: Mr. L.H. Lu

O.C.S. Hong Kong Co., Ltd.
Room 2001-4 International Bldg., 141, Des Voeux Road, Central, Hong Kong
Tel: 5-412746-8
Telex: 76271 (OCSCO HX)
Representative: Mr. S. Ohta, Mr. T. Ezaki, Mr. Y. Sanga

Overseas Courier Service (S) Pte. Ltd.
Lot 39-41 Kim Seng Shopping Centre, 100 Kim Seng Road, Singapore 0923
Tel: 7347214-7
Telex: 23830 (TOURS RS)
Representative: Mr. Chan Boon Keng

Overseas Courier Service (M) Sdn. Bhd.
Lot 228, 2nd Floor Wisma MPI, Jalan Rajah Chulan; Kuala Lumpur 05-10, Malaysia
Tel: (03) 42-566
Representative: Mr. Chan Kak Siong

O.C.S. Thailand Co., Ltd.
40/3 Rajdamri Road, Bangkok, Thailand
Tel: 2529176, 2516291
Representative: Mr. K. Hirata

P.T. O.C.S. Indonesia
Skyline Building 11th Floor, Jalan M.H. Thamrin 9, Jakarta, Indonesia
Tel: 326704
Representative: Mr. U. konomi

P.T. O.C.S. Indonesia Cabang Medan
Jalan Sekip Baru No. 25, Medan, Indonesia
Tel: 325346
Representative: Mr. T. Koizumi

O.C.S. Calcutta Office
c/o Muramen Syndicate 61, Lenin Sarani, Calcutta-700013, India
Tel: 24-3692
Representative: Mr. S. Karan

O.C.S. MNL Office
c/o Republic Courier Service, Inc., Unit G-4 & G-5 Ground Floor First Cityland Condominium Rada St., Legaspi Village Makati Commercial Center Metro-Manila
Tel: 817-8282, 817-8283

A & Z International Corp.
c/o Guam Dia-ichi Hotel, P.O. Box 3310, Agana, Guam 96910
Tel: 646-4608
Telex: 721188 (DAICHI GM)
Representative: Mr. H. Takakuwa

Overseas Courier Service (Australiasia) Pty., Ltd.
2 Sarah St., Mascot, 2020 N.S.W., Australia
Tel: 669-5000
Telex: 26153 (SKYPACK AA26153)
Representative: Mr. S. Umeki

NORTH AND LATIN AMERICA

East West Associates Inc.
Agent for Oversea Courier Service, Inc.
1020 Auahi St. Bldg., 5 Honolulu, Hawaii 96814
Tel: 523-9307
Telex: 7430538 (RAYTAN 7430538)
Representative: Mr. R.N. Tanaka

O.C.S. America Inc. New York Head Office
27-08 42nd Road, Long Island City, New York, 11101
Tel: 212-392-2070 ~ 2074
Telex: 223361 (OCS UR)
Representative: Mr. H. Nonaka, Mr. M. Sugai

O.C.S. America Inc. Washington D.C. Office
Terrace #26 National Press Bldg., 14th & F. Street N.W., Washington D.C. 20045
Tel: 202-347-4233
Telex: 440369 (OCSW UI)
Representative: Mr. N. Satoh

O.C.S. America Inc. Chicago Office
2536 West Peterson Ave., Chicago 111. 60659
Tel: 321-465-2245 ~ 6
Telex: 255296 (OCS CGO)
Representative: Mr. T. Ishikawa, Mr. K. Higuchi

O.C.S. America Inc. San Francisco Office
1684 Post Street, San Francisco, Calif. 94115
Tel: 931-0396 ~ 8
Telex: 278645 (OCS UR)
Representative: Mr. I. Horiuchi, Mr. K. Akamine

O.C.S. America, Inc. Houston Office
1520 Melrose Bldg., 1121 Walker Street, Houston, Texas 77002
Tel: 713-227-8086
Telex: 762323 (OCS America HOU)
Representative: Mr. M. Yamagata

O.C.S. Portland Office
400 S.W. 4th Ave., Portland, Oregon 97204
Tel: 503-223-6245
Telex: 360509 (AZUMANO PTL)
Representative: Mr. C.I. Azumano

O.C.S. Los Angeles Office
c/o Oversea Courier Service of Calif. Inc.
870 S. Western Avenue, Los Angeles, Calif. 90005
Tel: 213-389-1112 ~ 3
Telex: 677387 (NOZAWA LSA)
Representative: Mr. T. Ashida, M.G. Nozawa

Trans-Pacific Air Courier Inc.
907 Western Avenue, Seattle, Washington 98104
Tel: 206-625-9808
Representative: Mr. M.H. Langrud

Oversea Courier Service (Canada) Ltd.
83 Galaxy Blvd. Unit 7 Rexcale, Ontario M9W 5x6 Canada
Tel: (416) 675-9061
Telex: 216967664 (SHIMBUN TOR)
Representative: Mr. R. Cram

Oversea Courier Service (Canada) Ltd.
3600 Viking Way, Richmond, B.C. V6V 1N6
Tel: 270-1138
Telex: 214357500 (TRAPA VCR)
Representative: Mr. B.L. Tyrer

Oversea Courier Service (Canada) Ltd.
9430 Trans Canada Highway, Ville St. Laurent, Montreal Quebec H4S 1K5
Tel: 514-334-3562
Telex: 215824747 (SHINBUN MONTREAL)
Representative: Mr. G. Mitchell

O.C.S. Mexico Office
c/o Relaciones Publicas Mundiales S.A., Rio de La Plata No. 56-104, Col Cuauhtemoc Mexico 5D.F.
Tel: 511-83-43
Representative: Mr. K. Watabe

TABLE of HOME VIDEO-GAMES in the Market now

Multi-Use (Home Computer)

*•Micro Computer use also available

Distributor		TOMY Co., Inc.	CORTON	CHERYCO Corporation	TAKARA Co., Ltd./SORD COMPUTER SYSTEM, Inc.	HOME COMPUTER, Inc.
Manufacturer		TOMY MANUFACTURE INC.	NORTH AMERICAN PHILLIPS, Inc.	YONEZAWA GANGU HONG KONG Ltd.	SORD	COMMODORE JAPAN
Name of Game		PYUTA	ODYSSEY-2	CREATE VISION	GAME PERSONAL COMPUTER (TAKARA) MARK 5 (SORD)	MAX MACHINE
Date of Sale		September, '82	August, '82	October, '82	November, '82	November, '82
Software for Video-Game	Type of Game	ROM CARTRIDGE SYSTEM Bomb Man Monster Inn Zaurusuland *Turpin *Frogger *Scramble	ROM CARTRIDGE SYSTEM War-Game Adventure Game of Equestrian Wall Street Game 21 kinds of Action Type Games 11 kinds of Sports Type Games 7 kinds of Study Type Games 6 kinds of Special Games	ROM CARTRIDGE SYSTEM Tennis Auto Chase Crazy Puck Police Jump Tank Battle Sonic Invader Submarine Battle World Defence Army	ROM CARTRIDGE SYSTEM *Dig Dug *Power Puck *Galax *Tank Battalion *Bosconian *Warp & Warp CASSETTE TAPE SYSTEM 25 Cassettes (Two games in a Cassette)	ROM CARTRIDGE SYSTEM Adonjor Jupiter Lander Super Alien Radar Rat Race Road Race Mole Attack Money Wars Crowns Omega Race Kickman, Wizard of War
	Remarks	*KONAMI's Licensed Games. Night Flight will be placed in the market in Dec. and threee other games in Jan., '83	Handling 45 types of games now, 50 games available during this year.	Games of Ski, Pinball and Car Chase, and a Cartridge for basic language system will appear in Dec.	*NAMCO's Licensed Games	Cartridges for music, study & graphics will be placed on the market.
Price		Main: ¥59,800 (with a set of Joystick Controllers). Game Gartridge: ¥4,800/each	Main: ¥49,800 (with a set of Control Levers and 3 Cartridges of different games) Game Cartridge: ¥3,800～¥13,800/ea.	Main: ¥54,000 Game Cartridge: ¥5,800/each Basic Catridge: ¥12,000/each (temporary price)	Main: ¥59,800 (with a set of Joystick Controllers. Cassette Tape for basic language & 2 games) Game Cartridge: ¥4,800/each Cassette Tape: ¥1,800/each	Main: ¥34,800 Joystick: ¥3,800 Puddle: ¥4,800 Game Cartridge: ¥2,800/each Cartridge for basic language: ¥3,800
Distribution Route		Department Store Toy Shop Electric Appliance Shop	Department Store Toy Shop	Toy Shop Department Store Supermarket	Toy Shop (TAKARA) Additional route (SORD)	Department Store Supermarket Toy Shop
Remarks		•CPU 16 Bit. •16 kinds of Color Graphic. •Basic language funcion in Japanese. •Cartridge for curriculum & study mother board for expansion capacity will be released next year.	•With a fine Control Lever. •49 Keys as same as those of full-scale Computer Keyboards. •Typical Japanese games, "GO" and "SHOGI," are in the process of development. •Voice Synthesizer will be added as an optional system next Spring.	•Additional systems available in future (price is undecided) Cassette Tape Recorder Moving Keyboard/ Joystick Floppy Disk Additional Memory Chip Interface system for Telephone Printer	•Various languages like Basic-I, G, F, etc. •Annimation pictures with 16 different colors •Easy Keyboard in order of 50 Japanese Letters	•Pictures with 16 different colors •Music Synthesizer function •Pictures in three dimensions using Sprites's function

ATARI types provide. Other companies have had the same type of success.

2. LSI itself has been developed quickly and applied to toy games since 1976. In fact, 40% of toy game are using LSI now or are equipped with LSI mechanism. On the other hand, the home computer itself is now using 8 bits or 16 bits systems, which means it is possible to enjoy complicated games like INVADER, PUCKMAN or GALAXIAN at home without feeling that they differ from Coin-Operated Games in public locations; on the contrary, the effects often seem better at home.
3. Many variations of high quality games are available. Main home computer companies have been encouraged to develop and forced to find game softwares to sell home computers. As a result there are hundreds of game softwares the on domestic market. PASOCON with game software has become the hottest subject in the business.
4. The experience and research in the Home Computer business in Japan, would even now be sufficient if the following problems could be solved.

a. Risks of big initial investment and advertisement.
b. Establishment an/or integration of new distribution routes in addition to traditional toy business and existing non-commercial base.
c. Setting or lessening the effect on operators of Coin-Operated Game Machines.
d. Establishment of powerful annexation of individual manufacturers of home computer hardware and software, toy, IC parts and coin-operated machines.

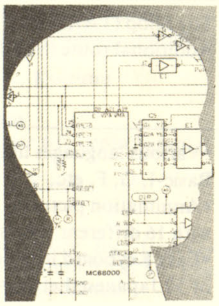
In general, big coin-operated machine and toy manufacturers all welcome a cooperation and want to join in the home computer business. They consider that home computers will bring a tremendous profit in several years.

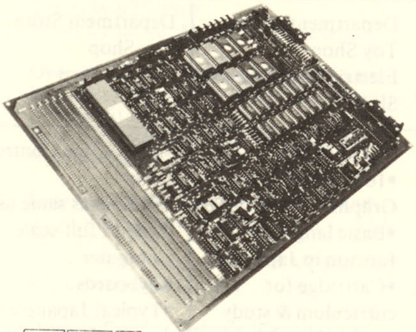
We translated a Table from the December, 1982 issue of the magazine, "The Amusement Industry," page 36 and 37 in order to indicate what kind of movement, or annexation, had been occuring among related companies dealing in home computer.

WE THINK

NEXT GAME!!!

HD6800"16"BIT TRAINING P.C.B





* We supply high-quality electronics components, Semiconductor chips, Power Supply, COLOR XY Monitor, and PCB for GAMEs, etc.
* We supply C.K.D. Kits. (Completed Knock Down Kits)
* With expanded extensive engineering experience, we can assist you in solving any kind of problem with application and soft program development.

Don't miss out on our exceptional, quality experience, Contact us today for more infomation.

LTI LEISURETRON INDUSTRIES CO.,LTD.

LTI COMPUTER LABs

OHTAKE BLDG
No.26-30, 2-CHOME, MIYASAKA, SETAGAYA-Ku, TOKYO
TEL : 425-0844 TELEX : 242-7003 LETRON J
CABLE : "LEITRON TOKYO"

TABLE of HOME VIDEO-GAMES in the Market now

Game use only (Home Video Console)

*•Micro Computer use also available

Distributor	EPOCH Co., Ltd.	P.I.C.	BANDAI Co., Ltd.	KANTO DENSHI KIKI HAMBAI Co., Ltd.
Manufacturer	EPOCH Co., Ltd.	SANDICK-SHA	MATTEL ELECTRONICS, Inc	NICHIBUTSU
Name of Game	CASSETTE TAPE VISION	EXCELLA	INTELLEVISION	MY VISION
Date of Sale	July, '81	April, '82	July, '82	December, '82
Software for Video-Game — Type of Game	ROM CARTRIDGE SYSTEM Kikori no Yosaku Baseball Galaxian Big Sports 12 Battlevader Puk-Puk Monster New Baseball Monster Mansion	ROM CARTRIDGE SYSTEM Space Mission Golf Baseball UFO Robot Killer Fleet Battle Anti-Missile War Bowling Match Play Helicopter and 20 other types of games	ROM CARTRIDGE SYSTEM Golf Baseball Auto Racing Poker & Black Jack Star Strike 8 types of Sports Network 3 types of Action Network 4 types of Strategy Network 2 types of Space Network	ROM CARTRIDGE SYSTEM Mah-Jongg Renju Poker Master Mind Hanafuda
Software for Video-Game — Remarks	Developing new games now.	8 or 9 new game Cartridges will be on the market next March.	5 types of new games will be placed in the market in November.	
Price	Main: ¥13,500 Game Cartridge: ¥4,980 Specified Gun: ¥1,800	Main: ¥39,800 (with 1 game cartridge) Game Cartridge: ¥4,980/each	Main:¥49,800 Game Cartridge: ¥4,800 ¥5,800/each	Main: ¥46,800 (estimated) Game Cartridge: ¥4,000 ~ ¥6,500 (estimated)
Distribution Route	Department Store Toy Shop	Department Store Supermarket Toy Shop	Department Store Toy Shop Supermarket	Undicided
Remarks	•Price is around ¥10,000 •NTSC system •4 IC's •2 Transistors	•NTSC Systems •14 IC's •5 Diode •12 Transistors •1 Crystal	•CPU 16 Bit •Custom IC •Picutres with 16 different colors •Tri-combination sound by Sound Generator	•Home Video-Game, manufactured by a member of Amusement Industry for the first time. •Details will be announced in Dec.

pany with 100% of its capital for the sale of home video-game consoles and caartridges next Spring.

SEGA ENTERPRISE has gained sole domestic agency for the home video-game, "COLECO — VISION SYSTEMS," from COLECO, USA and plans to announce this licensed system with additional cartridges of SEGA video-games.

BANDAI started selling "INTELEVISION" by MATTEL in July, 1982. NICHIBUTSU and KANTO DENSHI announced their joint product "MY VISION" whtich will selling this month.

However competitors and industry pundits already are forecasting a shakeout, beginning this Christmas, in the field of video-game cartridges. So many video-game titles are flooding the market that the retailers cannot handle them all. Some are braced for the possibility of a pricing war, which would reduce the handsome profit margins.

With at least four different consoles or players now on the home video-game market, a shakeout in the player market will probably start in early-to-mid 1983. We have a lot of systems out there, although most of the hardware competitors are trying to distinguish their consoles by graphics, sound and range of player control.

Home Computers (or Personal Use Computers, Hereafter Also Called "PASOCON")

With the wave of office automation and labor elimination these several years. There has been a boom in the Personal Home Computer business. Especially this year, it has generated substantial demand in the related fields; i.e., about 1,000,000 units of Japanese-made PASOCON have been sold, and several hundreds of applied softwares and applicable computer languages have been developed by 20 domestic and 10 foreign computer manufacturers.

Retailers also may be taking shelf space away from video-games to accommodate more home computers. Many of the home computers cannot only play games, but also allow users to write and store information. In addition, price-cutting wars have lowered the prices of many basic home computer units bringing them to the pricetags on video-game players.

NAMCO seems to consider that home computers are no overnight fad and consequently they are rushing into the marketplace from the direction of education. The result is that NAMCO has joined TAKARA and SORD COMPUTER SYSTEMS in "GAME PASOCON" and "MARK 5" which ahce affluent basic computer languages and potential educational curriculum software.

The TOMY/CONAMI cooperation has planned to reach sales of 70,000 units of "PYUTA" from last September and is emphasizing basic compter languages in Japanese as applicable functions, in addition to game playing. They will reach their target by the end of this year.

Why are Most Companies Rushing in to Home Computers Now?

Actually, NINTENDO sold home computer hardware and cartridges five years ago and unfortunately retreated from the market with big losses. But the times have chagnged now. They see the new age as having come about with drastically improved dimensions in LST technology and changed demands of the domestic market as follows:

1. As you know there has been a boom, accompanied by tremendous sales, in the United States since 1980, and, in fact, game software has dominated over 70% of total software sales in Japan. After the Toy Show this year, Tomy, who announced its home computer with game software and an educational basic computer-language in Japanese, has had tremendous success with "PYUTA" in satisfying the new demand for slightly higher quality than the

THE NEW WAVE OF SOFT WARE

New Movement of Home Computers with Game Software

There is bloody, behind-the-scenes fighting going on in the field of Home Computers, a War in which software developers, traditional toy companies and Personal Computer manufacturers as well as Coin-Operated Video-Game developers have almost all joined. This War, so called, is an annexation/segregation movement to wards joint venture, which would lead to a change of the structure of the business itself. I hope this report will help you to understand today's Japanese market and it's tendencies so that you may establish your own strategy.

Handheld Games

Handheld LSI games now hold a 30% share of the gross income for toy games thisd year. Actually 200 different kinds of LST games have been introduced into the toy market. 9,600,000 games were sold last year and 1,200,000 this year with 25% increase in sales.

However, it seems to be a passing fad now as each toy company is faced with the following problems.

1. A ridiculous pricing war.
2. Dispersion of income share: no more domination of the market by single games like "Game and Watch" by NINTENDO and "PUCKMAN" by TOMY/NAMCO.
3. Players have become much younger than before (12 years old boys?)
4. Life cycle has become shorter (within 3 months).
5. High quality requirement as is true for Coin-Operated Games. LSI games cannot satisfy children anymore due to poor display mechanisms and limitation of game capacity.

Console and Cartridge for Home Video-Fames

Several companies have [since] entered the video-game market, and, by the end of 1983, combined sales of Home Video-Game consoles and cartridges will make big gains. Sales of video-game consoles and cartridges have just started, and there is no dominant company yet in Japan.

New entrants presumbly are encouraged by estimates that only 5% of Japanese homes equipped with television sets had acquired a video-game console by the end of 1982.

Actually, ATARI, the biggest manufacturer of home video-game, has been looking for a joint ventrue with one of the biggest distributors/manufacturers to act as an agent in Japan and finally decided to establish a new com-

was fun." That is the extent of the reaction.

The almost business-like attitude, this unemotional interest generated by the machine game is not a failing of the products of the amusement industry. That the objective of one's leisure time is liberation from harsh labor or the complete realizaion of the self, this is only natural, but all of one's leisure time cannot be spent on self-realization. A suitable attitude is necessary for self-realization. An ordinary person during an unexpected moment of free time can achieve a moment of unsentimental, useless and harmless enthusiasm by making a machine into his challenger. This is true elegance in the society of high technology. Machine technology has not only prectical use but can be employed in this way for "play." In other words, this constitutes a "humanistic use of machines."

Return to Square

"This is a graphic design generated by computer. The outline of the profile is a design that represents the interior subject. However there is not only one design that contains the outline of the profile. It is a design that represents the area of the interior and at the same time is a design that is made up of the part that remains after the interior is removed from inside the outline, therefore, the exterior part. For human beings, the space that remains after the person is removed is the same, and existence is always realized according to this kind of binary design. Therefore, for an individual's existence, the most essential operations are the transfer and transformation of information of the external space inward, as well as the externally directed feedback for the purposes of confirmation of the trasfered and transformed information. In the duration, a person's outline exists as a literal interface, and we can think of this as the most promary form of the media." (Mitsuaki Hatayama, representative of the Computer Art Center)

The "play" offered by the amusement industry is realized according to the intimate interaction between the individual contained within the outline (the player) and the exterior of the outline (the machine).

WHAT IS THE PRODUCT OF THE WORLD OF THE AMUSEMENT INDUSTRY?

the relative merits and demerits of "play" software are directly reflected in the sales is confirmed, and the importance of "play" software (this is *the* individualistic product of the industry) is vividly indicated.

The idea is the important thing. This is inevitable even in relation to the development of future machine varieties. But for machines, mechanism parts are of course essential, and in most cases, the responsibility of exhibition technology itself is important. As a result the freedom of "play" software is limited.

What is "Interest?" — Concerning the customer's needs...

In this world there are conditions and restrictions on whatever one does. The creation of "play" software is the same. These conditions and restrictions are: 1) it must be interesting, 2) it must be expressed by means of the machine, 3) it must be completed during a short period of time. Condition 3 is not much of a problem. However interesting a thing may be, after a long period of time it will loose its interest appeal, and moreover, developing scenarios that sustain the interest for long periods of time would be a huge burden to both the machine and the developer. Condition 2—expression by means of machines—is, in other words, creation using machines as the raw material or medium. Like the painter who masters techniques based on a thorough understanding of materials like pencils, brushed, paints, paper and canvas, it is necessary for the video game manufacturer to have knowledge of many technical areas, from basic materials like metals, woods and plastics, to electric machinery, mechanism system parts, lighting, imagery and sound. It is necessary for the manufacturer to be sensitive especially to the new developments in the technilogy of these areas. They are all contained in the hardware, and the problem is, then how to give birth to the heated emotion called interest.

Movies constitute an entertainment industry, and with the mechanical system (movie technology) and the operation (movie theaters), it is a type of industry that closely resembles the amusement industry. The principal part of the interest offered by the movie industry is human interest. Using reflection (mechanization) of people on film, the movies create an interest that takes as its material people whose existence is of course exceedingly interesting to other people. Indeed, hadn't the amusement industry better simply waive its rights in the face of the power of this interest? At best, it can offer interest with an appeal comparable to that of children's slides, eight milimeter animation, or movies of the drawfish stature of porn flicks shown at hot spring spas. Excluding human interest, that which is produced by mechanical means is a very unsentimental type of interest, and even if it generates heated excitment, this still seems to have little affinity with deep enotion or inspiration. I have never seen crowds of customers leaving a game center or an amusement park in tears.

I did not mean to rigidly determine the boundries of "play," but as for the interest offered by the amusement industry, the fluctuations of that interest do disturb the surface of human psychology and emotion, but they do not penetrate to the depths, and that agitation is transitory and quickly forgotten. One can become absorbed in games, immersed in games, be crazy about games or entirely focused on games, but when the game is over, only think, "that was fun." One can be tossed about on a roller coaster, screaming and shreiking, then get off at the end of the ride, saying, "oh, that was scary," or "that

the adoption of CRT display, the introduction of IC-LSI, etc., Mycon technology, the development of new operation channels, and the soaring rise of sales, all contributed to the expansion of the new picture. But there was one thing that could not be overlooked. That was the confirmation of the importance of the conception of the "play" itself. Copy problems that occasionally arose, and disputes based on copyright and the Prevention of Unfair Competition Act proved this contention. Relating to copy predating the video games, it was separate form matters of technology and hardware within the range of the facotry's ownership right. But this is a mistake. The conditions that vary with changes in time—the diagrams that are not understood as matters of technology, the movements of those diagrams and their rules—these must be protected from copy, moreover new conditions must be created continuously.

Sustaining the video game in now possible. The various maker companies look for creative, talented people, ask for ideas from talent stars, students and cartoonists outside the business and try to launch big hits. A professional *go* player searches for infinite arrangements of stones on the square *go*-board, a *sumo* wrestler burns out his life in the circular ring. The creation of new conditions on the video game's rectangular CRT screen is the anguish of the developer.

The distincitve feature of the video game is that the conditions that are displayed on the CRT screen manifest the play itself, and the controlling programing and the Mycon technology have already been established in the computer business world. For the management of the amusement industry, creating "play" is the only thing. As a computer maker said, "play" is the only thing. As a computer maker said, "please just concentrate on the "play." We'll do the rest." The job of the manufacturer's developer in the amusement industry is to come up with the "play," to design the cartoons and the illustrations, to describe the movements, to interest the players in whatever ways possible, and to keep the people playing without growing tired of the game, if he can. These he takes pains to do and on top of this makes the detailed plans and the fundimental specifications of the "play" software based on numerical values, words and diagrams. Finally he delivers all of this to the person in charge of programs at the computer manufacturer. In short, actual production (which is the same as creation) of "play" software, and the embodiment of this in a machine, are basically display functions, and thus the boundries between these and exhibition technology have become clarified. However, that

of putting forth the machines and by the practices in the machine installation locations, i.e. the types and conditions of "inducements to play the machines" (irregardless of the specific locations, kinds of environment or method.) In the journalistic eyes of reporters, "the people who play" and "the inducements to play" are more newsworthy that the "play" itself. And for society in general, anything beyond "inducements to play" never comes into view.

The success of the Invader and the Medal Game made the amusement industry a topic for mass communication. Both succeeded as a result of new variations on the "inducements to play," and this success drew the attention of society. The Medal Game induced the play of an existing machine by using the "medal system." The creation of atmosphere and interior design in the locations was aimed at adults and constituted the operational level at whitch the promotion of the new software was accomplished. The Invader game's "inducement to play" was the table-style that had been introduced with the Block game and enable the players to sit together while playing. Without this inducement, the game would not have been such a big success.

But whether these inducements are good or bad for the reputations, they are not the same thing as the "play" itself which belongs to the product. "Inducement to play" is one sales promotion technique. "Play" is the intrinsic internal organ of the various machines, and is, of itself as an independent system, contraposed to the customer, available in proportion to the customers needs. Accordingly, even a single machine has the ability to provide sufficient play, depending upon the situation.

One video game machine, one electric-style rocking horse, one roller coaster, each is complete within itself, and all embody the product of the amusement industry. There are many types of machines but each has its own individual, independent product-form in whose container the product is accommodated. The product content and the way of bringing out the content is displayed in words and diagrams on the surface of the container. In response to the customer's purchasing behavior the industry offers the products and in this way completes the sale phase. In the case of non-automatic macines like roller coasters, despite any hesitations the customer's buying behavior might indicate, people must sell and collect the tickets, but otherwise, the essential parts —the product's internal organs and the offering of the product— are exactly the same as those described above.

I think that actual operation locations such a game centers and amusement parks are much like department stores, being one type of collective sales outlet where these types of independent product-forms are collected and arranged in large numbers. The various product-forms provide the fundimental or necessary minumum "incentive to play" function. These product-forms are accomodated in large numbers in their containers and their distinctive environments are completed. Then, accordingly, the neccessity of value addition results, in other words, new "incentives to play." Operation is not simply sales promotion. Rather it is, as the industry's front line, the important area that delicately influences the social evaluation of the industry, but here I would like to limit the discussion to the various machines as the industry's product-forms.

Play Software and Exhibition Technology

When video games appeared,

play." Compared with, say, "my entire life has been devoted to steel," or computors as the case may be, it is a very nonsensical expression. "Play" is too big word. So is "game." "Game" includes indoor games like cards, mah-jong, chess and *go*, as well as sports games, even going as far as business games. We need something more limited. Here, there is a word in the business circle, "machine game," and I think that is a rather good coinage. The word "machine game" differs from words like "business game" "backgammon game" or even "love game," which signify games that have as their principal objective business, backgammon and love, in that one must understand the term "machine game" as indicating games with machines as a means rather than an end, and it is clear that it refers to the game play that is offered by game machines.

But this only suceeds in defining one part of the products of the industry, not the entire range, and the various types of rides and vehicles, as well as amusement facilities are not included. Isn't it necessary to come up with a functional term that expresses the essential element common to the products of the entire trade? Let us look, for example, at terms of the same structure as "machine game," like "machine recreation," "machine amusement," or "machine play." Even if we make up a term like "machine amusement," the image of the products generated by the term is not one that would soon be fixed among the average citizens. In the field of sports, there is a classification of "apparatus gymnastics," refering to gymnastics performed with apparatus such as the bars, the rings, or the balance beam, but it took many years before this term was generally accepted. First it must be used by the majority within the trade, then it must be printed and used in mass communication.

People obtain most of their information from the mass media—the printed word, radio and television—and it is the truth that the formation of an image is greatly influenced by media coverage. From the point of view of the industry, in order to ensure a correct reflection of its form in the mass media, a fundimental concept of the products must be found as well as a term that can be used to describe it. Now, because there is no such term in this industry, the mass communication news cannot offer a correct image of the entire range of products. It offers up partial, superficial, sensational topics, and accordingly the average citizen's image of the amusement business is distorted indeed.

In short, people are rarely informed about the industry's product, "play by means of machines." The image is becoming fixed by the industry's mode

jucice that surrounded Iwajiro Otsuka's shoes. But leaving aside this question of emotional response, we have a further language problem in that words like "game location management," "amusement park management," "game machine manufacture," "roller coaster manufacture," or "rocking horse manufacture," all indicate separate facets of the business conditions of the amusement industry. There is no word that contains a meaning representative of the industry as a whole. Neither can we say that the phrase "amusement industry" is one that is in popular use or will be understood by ordinary people. "What is the product of this industry?" This is the fundimental question to which we have no ready answer.

When someone says "I'm in the steel business," images of clusters of great blast furnaces, red hot, molten steel being poured, and mountains of steel materials come to everyone's mind. Or when someone says "I'm in the computer business," the words carry images like calculators, Mycon, I.C., LSI, all the way to computer programs. These types of concrete objects are the products that represent the various trades, and they can easily be understood, carrying a sense of integrity. But the products of the amusement trade are unmistakably not of the same concrete type. In other words, machines and apparatus like flipper machines, table game machines, battery cars, roller coasters and ferris wheels are each one part of the observed landscape of this industry, but they are used, not bought by customers. And here, the businessmen respond by saying that in this business we well "play," or "games," or "thrills," or "dreams." Whether these four answers are either strange or only natural, they are linked to the rather distinctive conditions of the business. The group that answers using "game" or "play" are generally either game machine makers or people connected with game locations in prosperous business districts. Those who answer with "thrills" tend to be amusement park enterpreneurs or makers or large machines and equipment. The makers of children's toy vehicles and businessmen concerned with the playgrouds managed by the department store S.C. chain answer with "dreams" or "fantasy." These answers cannot be said to miss the mark entirely. But isn't the problem that the people on the inside of the amusement industry each embrace not simply the differences in expression but different levels of cognizance of the essential product of the industry. If the industry were internally unified then naturally there would be a unified cognizance of the product. This cognizance would, for the first time, give rice to competition within the field and to an effort to develop technology. The results would, in turn, contribute to the elevation of the industry as a whole. It would ensure the unified stability of the industry. It can be expected that the disunity in the cognizance among the businessmen in regard to the industry's products is no doubt among the causes for the lack of solidarity in the amusement industry about which so many things are said.

The "Play" Itself, and the "Incentives to Play"

Let us first look at the industry's product as "play." "Thrill" then becomes a part of "play," as do "games." "Dreams" are the dreams that come from "play." If we then follow the example set by Otsuka Shoes, we get a phrase like, "my entire life has been devoted to

for success is the choice of the product itself, the choice being the key that determines the destiny of the business. What is it that society wants, and what shall we accordingly provide. This "what" is the product. The shoes chosen by Iwajiro formed the fundamental path to a successful business for the present day Otsuka shoe manufacturing enterprise, and it was a profitable choice indeed.

However, civilization and enlightenment be they what they may, I imagine he must have had some real hesitations about the decision. Despite the resistance by the samurai to preserve the class consciousness dividing society into castes of warrior, farmer, artisan and tradesman, Iwajiro decided to manufacture and market western-style "shoes," a then new category of "things worn on the feet," a category of product that had long been tainted by extreme prejudice in Japan. However, due to the subsequent deverlopments in lifestyle, this product proved to be one rich in multi-colored vitality, embracing both fashion as well as a broad variety of practical use by men, women, children and adults, for work, leisure and sports, for everyday wear and social occasions, "I gave my entire life to the manufacture of shoes, and 10 years have passed." The continual, concentrated effort expressed by these words has clearly been effective. And what of the product chosen by the people in the world of the amusement industry? It is a product that will reward an accumulated stock of resourcefulness and effort? And what actually is this product?

"What is your business?" I am interested in how members of the amusement industry answer this question. Among people in our own trade, or to people with whom we do business, we would probably use expressions like "I'm in recreation," "games" or "parks." But how do we represent ourselves to the outside world, for example when filling out forms like the membership list of the alumni association, the social register, an application to a credit company or the domentic survey questionaire sent to our children's schools. On other occasions, for example when one must introduce oneself at a social gathering of the golf club or a meeting of the PTA, it is very troubling to search for a name for the business or work that can be directly and clearly understood by outsiders.

When I first took employment in this world of business, it was very difficult to be honest and say "I operate a game center." I remember that it was psychologically less trying to say "I run the amusement park for such and such department store." I do not know whether or not this kind of paychological complex has any direct relation to the pre-

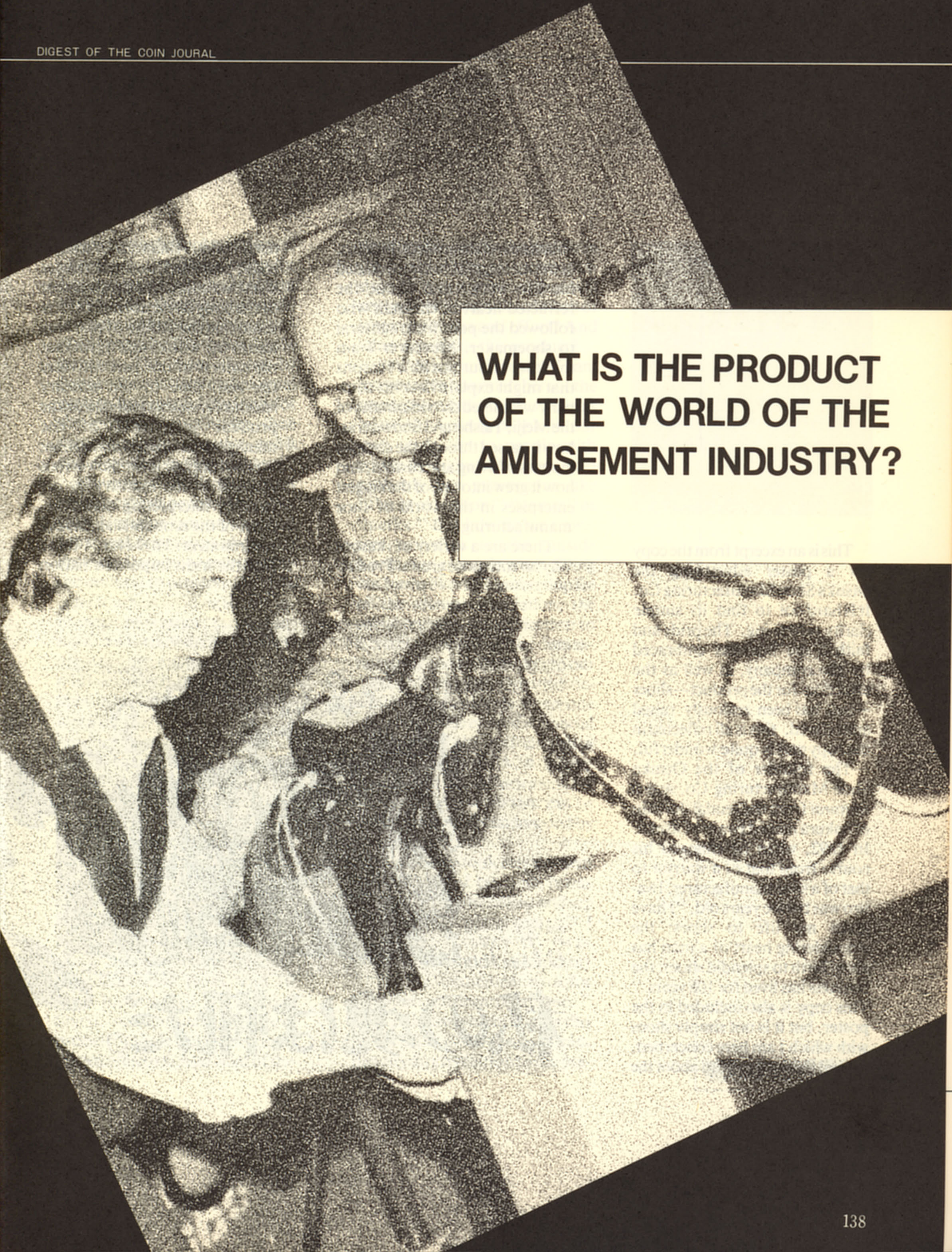
"My Life is Shoes"

This is an excerpt from the copy for a poster advertising the Otsuka Shoe Manufacturing Co. It is hard not to find its simple clarity refreshing. The pride and faith in the business embraced by the company, as well as the affection for the product—shoes—that has been zealously raised and refined, this is all reflected in the copy and is quite wonderful.

The founder of the Otsuka Shoe Manufacturing Co. was a *samurai* from the feudal domain of Sakura named Iwajiro Otsuka. In 1892, when he changed his course from that of a warrior to that of a shoe manufacturer, Iwajiro was twelve years old. "I have given my life to shoes; the smouldering heart of a man has given birth to splendid shoes; the business has lived for 108 years." This copy is also included in the poster, but it is not simply shoes with which I am here concerned.

I am thinking instead about the volatile ear during which Iwajiro, at the mere age of twelve, initiated his life work, and about the refracted heart of the man who followed the path from samurai to shoemaker. Moreover I am thinking about possible reasons that might explain how his company weathered the vicissitudes of the Meiji, Taisho and Showa eras, how it passed through the changes in styles of living and custom, and how it grew into one of the biggest enterpises in the world of shoe manufacturing.

There are a variety of reasons why an enterprise grows. Production, sales, financial management, personnel, each contributes in its own area to the development of the body of the enterprise. It is usual that the failure of one area harms the whole, and again that the success of one part activates the rest. One of the primary reasons for success is doubtless the prudent judgement of the management that determines ways of coping with the various changes of the industry by accurately interpreting the movement of the economic and social environment. However, I think that the most important reason



WHAT IS THE PRODUCT OF THE WORLD OF THE AMUSEMENT INDUSTRY?

花合せ・6

◆手札が6枚となりコイコイゲームが白熱化！
◆スピーディーな札さばきで迫力抜群！
◆ボーナスチャンスで楽のしさ倍増！
◆イタズラ防止、ノイズ対策万全！

※ホッパー取付可能

オペレーター待望の新製品遂に登場…！

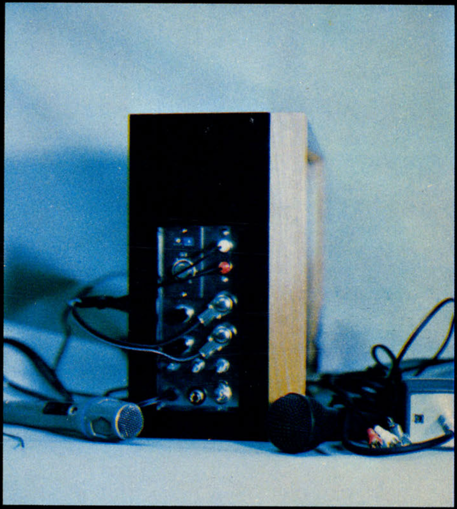
遊び方

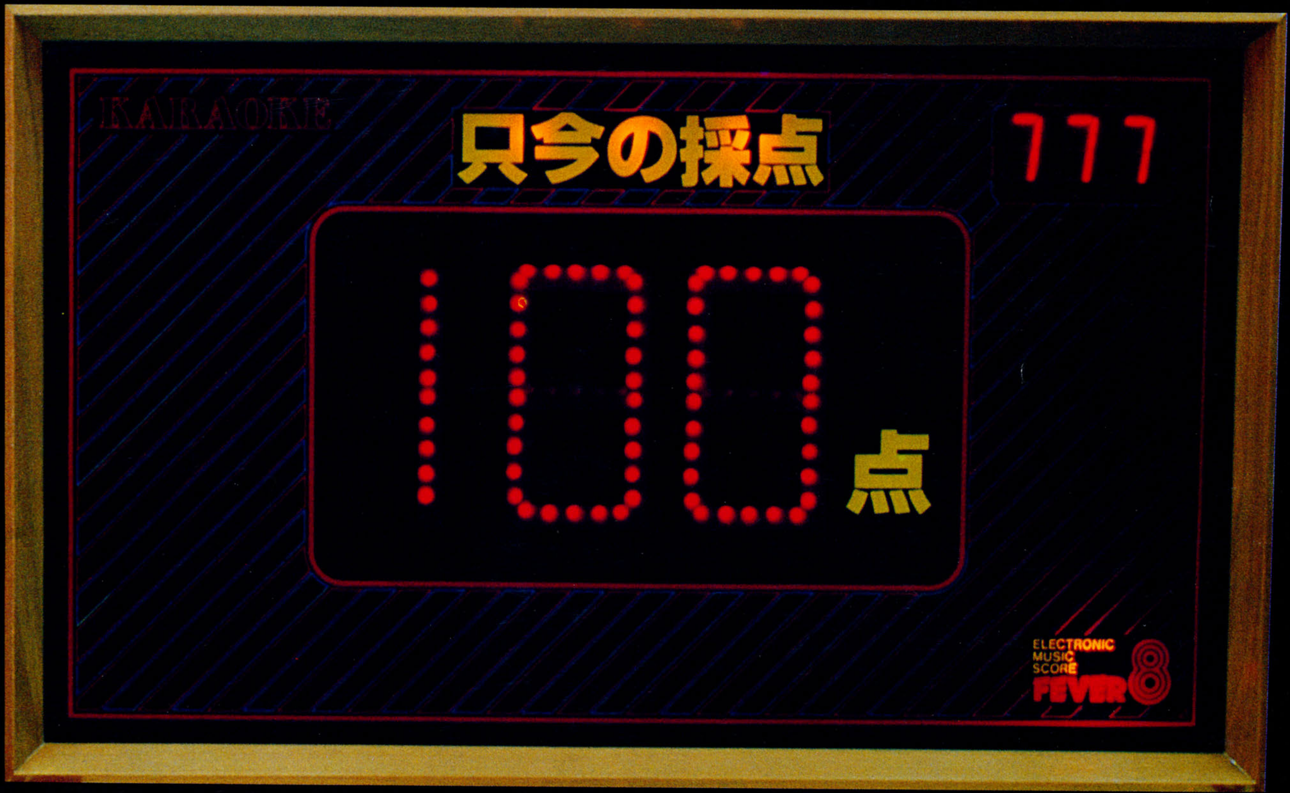
■硬貨を投入して〈プレイボタン〉を押して下さい。
■〈スタートボタン〉を押して下さい。
■手札6枚、場札8枚で一～六のボタンを押して2枚一組に合わせていくゲームです。
■コンピューターが先に役が出来た場合と、どちらも役が出来なかった場合は、コンピューターの勝ちです。
■役が出来ると持ち点が加算されます。
■役が出来た後でまだ手札があり、コイコイしたい時は、〈イエス〉のボタンを押して下さい。
持ち点に加算したい時は〈ノー〉のボタンを押して下さい。
■1ゲーム終了後、あなたが勝ってボーナス・チャンスをしたい時は〈イエス〉のボタンを押して下さい。
持ち点に加算したい時は〈ノー〉のボタンを押して下さい。
■ボーナス・チャンスとは、6枚のカードのうち一枚を選び、その札がカス札の時は、コンピューターの総取、雨札の場合は、最初に花合せゲームで勝った分の点数返し、それ以外の札が出ると倍返しです。
※なお、このゲームはあなたが勝っている限り、連続何回でも出来ます。また20秒で自動的に札は切られます。

総発売元
株式会社ジャバック
〒151 東京都渋谷区代々木4-28-8
第1村田ビル109号
電話 03-370-0-4377,4390

製造元
株式会社ナスコーポレーション
NAS CORPORATION

ELECTRONIC MUSIC SCORE FEVER 8





KARAOKE採点機

―― カラオケと採点機の接続方法 ――

①カラオケの裏側のラインアウトに白赤のキャップの付いた接続線を採点機のライン入力L、出力Rに接続する。
②カラオケの裏側のマイク入力に接続線を入れるその端を採点機のマイクに接続する。
③採点機のマイク①～②の両方の一方に接続する、そのマイクジャック、アダプターをマイクに接続する（尚マイクを直接採点機の①～②に接続しても良い、又両方も使用出来る）

製 造 元

株式会社　ニューフジコロム

〒556 大阪市浪速区日本橋東３丁目４番９号
電話（06）643－5417(代表)

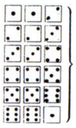
URBAN

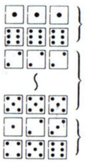
DICE

アーバン・ダイス

アーバン・ダイスの基板キッド販売を開始！

＊1人でも2人でもゲームが出来ます。
＊1人(A側)2人(B側)にそれぞれBETして下さい。
＊2人同時にゲームする場合は両方がSTARTを押して下さい。
＊目が出るまでSTARTを押して下さい。
＊BETしている所の目が出た時、当りです。

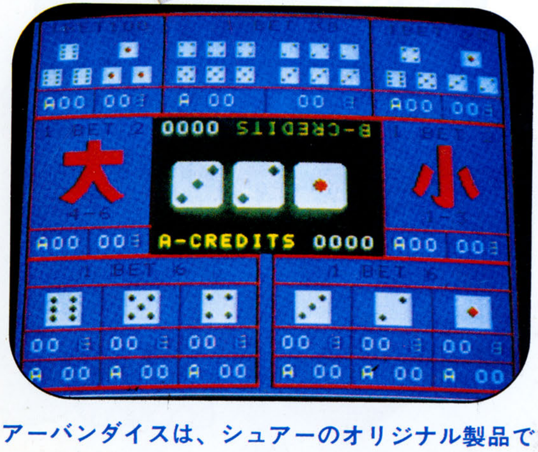




1の目, 2の目, 3の目 } 小 2倍
4の目, 5の目, 6の目 } 大 2倍

2個同じ目が出れば
もう1つ目があたり
(3個の内1個は何でもよい)
いずれかの目が出て当った場合 [セカンドゲーム] に
進むか [TAKE SCORE] が出来ます。

[セカンドゲーム] 1個のダイスの出目数で決めます。
BIG&SMALL　1〜3　SMALL
　　　　　　4〜6　BIG 当れば2倍です。
[TAKE SCORE] 得点がクレジットに止まります。
(例)1の目にBET1　　小の目にBET1
　　　6倍　　　　　　+2倍　　=8点得点



THE GAME IS AVAILABLE FOR 1/2 PLAYERS.
SOLE PLAYER BET AT THE A-SIDE AND A PARTNER AT THE B-SIDE.
BOTH PLAYERS PUSH THE START BUTTON TILL THE NUMBERS ON DICE ARE SETTLED.
WHEN NUMBERS PLAYERS BETTING ON ARE APPEARED, THE GAME WILL BE WON.

6-FOLD REPAYMENT FOR A PAIR OF THE SAME NUMBER.
100-FOLD FOR A TRIPLE DICE OF NUMBER 1 OR 6.
25-FOLD FOR A TRIPLE DICE OF NUMBER 2, 3, 4OR 4.
10-FOLD FOR AN ARRANGEMENT DICE OF 1-2-3 OR 4-5-6.

SECOND GAME, BIG OR SMALL, TAKE SCORE WILL BE OFFERED TO PLAYERS WHO'VE GOT REPAYMENT FOR MORE FURTHER PROFITS.

アーバンダイスは、シュアーのオリジナル製品です。無断でコピー、その他の行為のなきよう、お願いいたします。
URBAN DICE IS DEVELOPED ORIGINALLY BY SHURE CO.,LTD., THEREFORE, ANY AND ALL INFRINGMENT AGAINST ITS COPYRIGHT IS STRICTLY PROHIBITED.

SHURE

㈱シュアー
仙台　宮城県仙台市鉄砲町100-1
〒983　TEL.0222−97−3431(代)

SHURE CO.,LTD.
SENDAI: 100-1, TEPPOMACHI, SENDAI-CITY, MIYAGI, JAPAN. TEL.0222-97-3431
TELX：852572 SHURE J

ニャンタよ急げ!! マリアを救え!!
MOUSER
マウサー
1UP 003700 HIGH SCORE 007650
MOUSER
LET'S DRIVE NOISILY MICE AWAY!!
UNIVERSAL PLAYLAND
1982 ©
第１画面
ネズミの攻撃をかわし、犬の防害をはねのけて、最上階に居るマリアを救う。
第２画面
ネズミが梯子をかじって使えないようにし、ニャンタの行手をはばもうとする。
第３画面
ネズミの爆弾攻撃で床が次々に落ちる。プレイヤーはジャンプして対抗する。
第４画面
爆弾攻撃で今度は床全体が傾斜する。爆弾がごろごろ転がって更に危険度が増す。
HIGH SCORE 007650
DEMONSTRATION
PRESENT BY COSMOS ©
"THANK YOU"
ネズミ達の「たる」「オイル」「植木鉢」「火」「爆弾」そして嚙みつき攻撃と犬の防害をかわしながら最上階に閉込められたマリアを救うコミカルなゲーム。２画面からは一定の時間が経つと家全体が崩壊する。
ニュー・ゴールデン・ナイン
NEW GOLDEN 9
コーナー用に設計された新しいメダル機
Golden 9
LUCKY CRANE
ラッキークレーン
《仕　様》
外形寸法：820(高さ)×670(巾)×1160(奥行)㎜
重量：80㎏
〒マーク：91-16066
消費電力：66W
UPL CO.,LTD.
UPL
株式会社
ユニバーサルプレイランド
本社 栃木県小山市駅南町 6−13−30
電話 0285−27−6600番
ファックス 0285−27−9593番
営業所 東京都千代田区神田鍛治町３−４ 中川屋ビル４F
電話 03−252−7965番
ファックス 03−254−9180番

『これはゲームを超えた』

F1レーサーのためのシュミレーション装置だ

TOPRACER

カーブはブレーキングが決め手だ。コース上のオイルはハンドリングで逃げろ。アクセルを踏みこみトップにおどりだせ。時(タイム)と競い、時(タイム)に勝った者だけがサーキットのヒーローだ。

コスモ株式会社 本社：〒570 大阪府守口市八雲東町2-180-8
営業所：〒570 大阪府守口市八雲東町2-205
TEL 06-906-1111(代)
COSMO CO.,LTD. HEAD OFFICE：
2-180-8 YAGUMOHIGASHI-CHO MORIGUCHI-CITY OSAKA 570 JAPAN.

中央産業株式会社
名古屋市瑞穂区瑞穂通7丁
名古屋 851－929

月刊コインジャーナル1月号
昭和56年11月24日第3種郵便物認可
第8巻第1号（通巻81号）
昭和58年1月20日発行
毎月1回20日発行
定価一二〇〇円

ゆかいなドライブで好物キャッチ!!

© 1983 SNK Corporation

SNK
株式会社新日本企画
SNK ELECTRONICS CORP.

本　　社　大阪市淀川区東三国6丁目1番45号　〒532 ☎(06) 396-1621(代)
東京支店　東京都台東区浅草橋5-4-4ジュエル秋葉原　〒111 ☎(03)866-6175(代)
福岡営業所　福岡市博多区博多駅東3丁目3-16川清ビル304号　〒812 ☎(092)471-8612～3
むつ営業所　青森県むつ市新町12-4　〒035 ☎(01752)2-7780
東大阪営業所　東大阪市吉田7-2-35ホワイトシャトー1階　〒578 ☎(0729)65-0533
3043 Kashiwa Street, Torrance, California 90505 Phone: (213) 539-2744